



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



BAROMÈTRE SOBRIÉTÉS ET MODES DE VIE

Résultats détaillés

La structure démographique de l'échantillon



Structure
avant
redressement

GENRE	
Hommes	49%
Femmes	51%
ÂGE	
18-24 ans	10%
25-34 ans	16%
35-44 ans	19%
45-54 ans	20%
55-64 ans	19%
65-75 ans	15%
CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	
CSP+	14%
CSP intermédiaires	14%
CSP-	30%
Inactifs	42%
TAILLE DE L'AGGLOMÉRATION DE RÉSIDENCE	
Communes rurales	24%
De 2000 à 20000 habitants	18%
De 20000 à 100000 habitants	14%
Plus de 100000 habitants (hors agglomération parisienne)	30%
Agglomération parisienne	14%
NIVEAU DE DIPLÔME	
Sans diplôme, CEP, brevet des collèges	20%
CAP, BEP	25%
Baccalauréat	19%
Bac +2 à +3	36%

Structure
après
redressement

GENRE	
Hommes	49%
Femmes	51%
ÂGE	
18-24 ans	11%
25-34 ans	17%
35-44 ans	18%
45-54 ans	19%
55-64 ans	18%
65-75 ans	16%
CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	
CSP+	14%
CSP intermédiaires	15%
CSP-	29%
Inactifs	42%
TAILLE DE L'AGGLOMÉRATION DE RÉSIDENCE	
Communes rurales	23%
De 2000 à 20000 habitants	17%
De 20000 à 100000 habitants	13%
Plus de 100000 habitants (hors agglomération parisienne)	30%
Agglomération parisienne	17%
NIVEAU DE DIPLÔME	
Sans diplôme, CEP, brevet des collèges	26%
CAP, BEP	25%
Baccalauréat	18%
Bac +2 à +3	31%

Non-binaire avant/après redressement : 0,1% de l'échantillon



Précisions méthodologiques

- Terrain d'enquête réalisé en ligne (CAWI) du **4 au 28 août 2025**.
- Questionnaire d'une durée médiane de 37 minutes.
- **Échantillon** global de 4000 personnes. Représentativité de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans.
- Représentativité assurée par la **méthode des quotas** : âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, région et taille de l'agglomération de résidence, niveau du diplôme le plus élevé. **Redressement** de l'échantillon principal sur l'ensemble des variables « quotas ».
- Les **principales métriques de contrôle et d'abandons** durant le terrain :
 - N'ont pas passé le **premier contrôle de cohérence** (question piège) : **20%**
 - N'ont pas passé le **second contrôle de cohérence** en fin de questionnaire (rappel du diplôme) : **1%**
 - **Taux d'abandons**, de questionnaires incomplets : **12%**
- Les comparaisons effectuées dans ce rapport font référence à la première vague d'enquête réalisée entre juillet et août 2023

Sommaire

PREMIÈRE PARTIE - RECONSTITUTION DES MODES DE VIE

P.5

- Consommation
- Alimentation
- Mobilité
- Tourisme
- Logement
- Slides récapitulatives des pratiques

p.6

p.61

p.85

p.121

p.146

p.183

DEUXIÈME PARTIE - VALEURS, REPRÉSENTATIONS ET MESURES COLLECTIVES

P.193

- Conception du "bien vivre" et valeurs consuméristes
- La notion de sobriété
- La disposition au changement
- Modèle de société et politiques publiques

p.194

p.237

p.263

p.294

TROISIÈME PARTIE - TYPOLOGIE DES FRANÇAIS EN FONCTION DE LEURS PRATIQUES ET LEUR RAPPORT À LA SOBRIÉTÉ

P.311



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



PREMIÈRE PARTIE

Reconstitution des modes de vie



Consommation



Consommation – À retenir

- Le prix est le premier critère d'achat (65 %), suivi de la praticité (58 %) et de la solidité/réparabilité (52 %) ; l'impact environnemental n'est jugé très important que par 13 %.
- 60 % des Français déclarent avoir déjà renoncé à un achat jugé inutile, principalement des vêtements, et 25 % reconnaissent avoir acheté un produit qu'ils n'ont finalement peu ou pas utilisé.
- Les Français déclarent acheter en moyenne 3,3 vêtements et 2 paires de chaussures par an ; 19 % estiment en consommer trop et 21 % envisagent d'en acheter moins – principalement dans le but de réaliser des économies.
- 1 Français sur 2 a acheté au moins un produit d'occasion ou reconditionné ; les motivations principales sont les économies (77 %) et la possibilité d'acheter plus pour le même prix (58 %).
- Les freins à l'achat de seconde main sont le manque de confiance dans l'état des produits (44 %), la force de l'habitude (42 %) et la crainte d'absence de garantie.
- 69 % des Français déclarent réparer ou font réparer leurs produits autant que possible ; la motivation est surtout économique (73 %), mais aussi affective (faire durer un bien qu'on apprécie).
- les produits sont souvent remplacés plutôt que réparés. Le coût reste le principal frein à la réparation (54 %) ; Les problématiques relatives à l'offre de réparateurs se renforcent (accès, temps d'attente, complexité)
- Lorsqu'ils se séparent d'un bien, les Français privilégient le don (50 %) ou la revente (46 %) plutôt que la mise au rebut.
- Les foyers possèdent en moyenne 7,4 appareils numériques ; 54 % stockent des appareils inutilisés.
- 46 % des Français déclarent conserver leur smartphone plus de 5 ans. Seulement 26% des individus ont attendu que leur téléphone ne fonctionne plus du tout pour en changer. Au total, seuls 3% retardent le renouvellement de leur téléphone pour des raisons écologiques.
- Près d'un tiers des Français utilisent le streaming quotidiennement sur smartphone ; l'usage de l'IA générative (ChatGPT, Gemini, etc.) concerne déjà environ un Français sur 2 (utilisation mensuelle), il est plus fréquent encore chez les jeunes, les urbains et les CSP+.

Consommation : vue d'ensemble

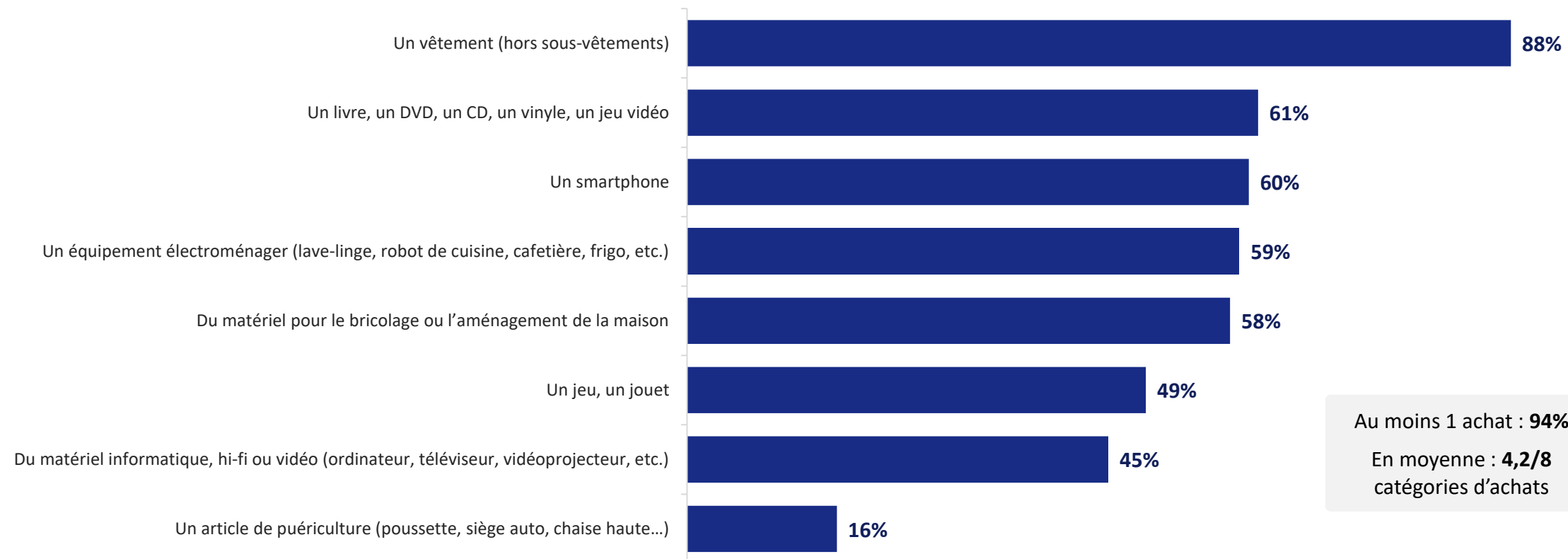


Vue d'ensemble des achats de biens de consommation

Au cours des 3 dernières années, vous êtes-vous procuré les produits suivants ?

Précision : pour vous-même ou votre foyer, hors achats professionnels

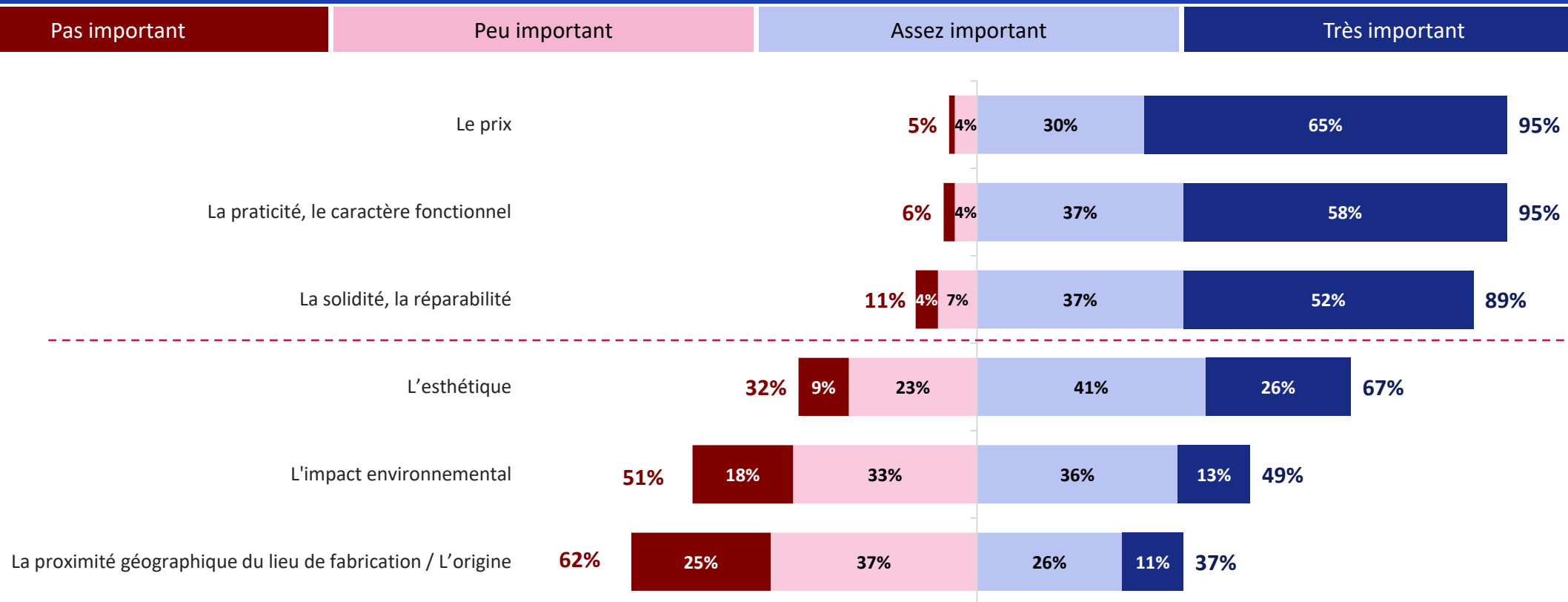
Q97 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles



Les facteurs les plus importants dans le choix des biens de consommation

Lors de vos achats de [PRODUITS], quelle importance ont les critères suivants dans votre choix ?

Q98 - Base : au moins 1 achat de bien (vêtement, matériel, électroménager, jeu, jouet, smartphone, puériculture) au cours des 3 dernières années, n=3733



Les critères d'achats « très importants » selon le type de produit

Lors de vos achats de [PRODUITS], quelle importance ont les critères suivants dans votre choix ?

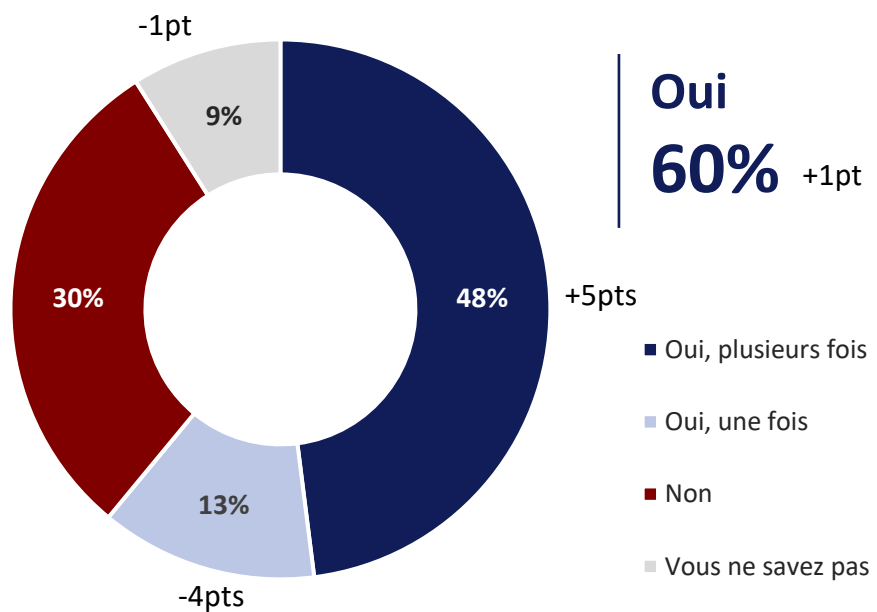
Q98 - Bases multiples : voir tableau

	Effectifs	Le prix	La praticité, le caractère fonctionnel	La solidité, la réparabilité	L'esthétique	L'impact environnemental	La proximité géographique du lieu de fabrication / L'origine
Un vêtement (hors sous-vêtements)	534	69%	42%	35%	50%	12%	8%
Du matériel pour le bricolage ou l'aménagement de la maison	533	62%	64%	63%	16%	12%	13%
Du matériel informatique, hi-fi ou vidéo (ordinateur, téléviseur, vidéoprojecteur, etc.)	534	71%	60%	56%	19%	12%	12%
Un équipement électroménager (lave-linge, robot de cuisine, cafetière, frigo, etc.)	534	73%	69%	62%	17%	15%	12%
Un jeu, un jouet	532	53%	44%	43%	28%	11%	9%
Un article de puériculture (poussette, siège auto, chaise haute...)	532	60%	69%	59%	27%	17%	16%
Un smartphone	534	70%	60%	50%	24%	14%	10%
Moyenne des 8 produits	3733	65%	58%	52%	26%	13%	11%

Renoncement à l'achat et achats inutiles

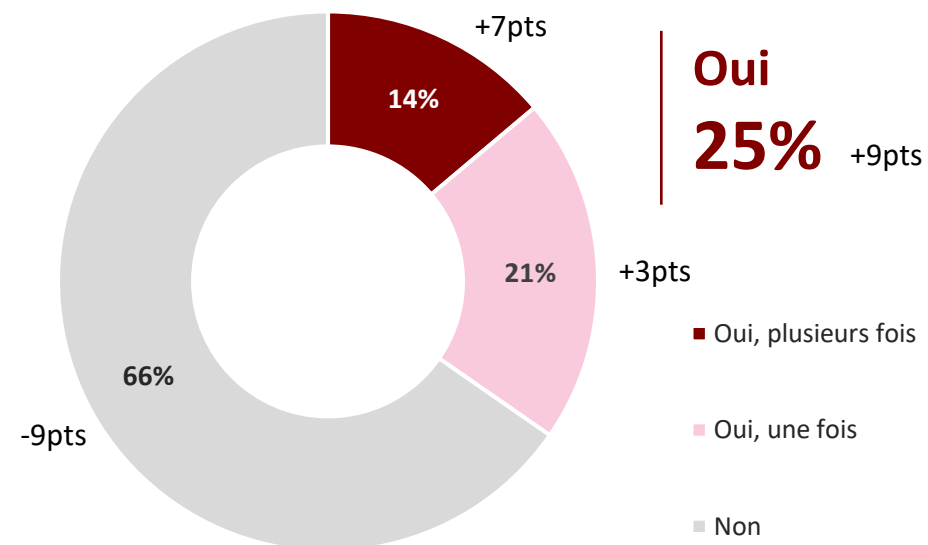
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà renoncé à acheter un produit car vous avez jugé, avant de l'acheter, que finalement vous n'en aviez pas besoin ?

Q107 - Base totale, n = 4000



Et au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé d'acheter un produit que vous n'avez finalement pas utilisé ou très peu ?

Q109 - Base totale, n = 4000

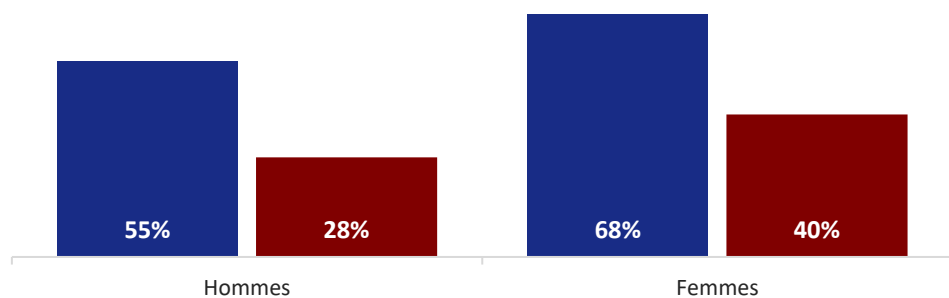


Le renoncement à l'achat comme les achats inutiles ne répondent pas d'une logique de contrainte économique mais de genre et d'âge principalement

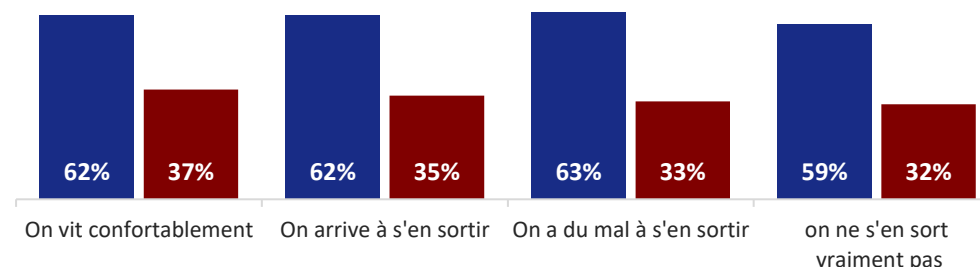
Au cours des 12 derniers mois, avez-vous déjà renoncé à acheter un produit car vous avez jugé, avant de l'acheter, que finalement vous n'en aviez pas besoin ? / Et au cours des 12 derniers mois, vous est-il arrivé d'acheter un produit que vous n'avez finalement pas utilisé ou très peu ?

Q107 et Q109 - Base totale, n = 4000 (% ST « Oui, plusieurs fois » + « Oui, une fois »)

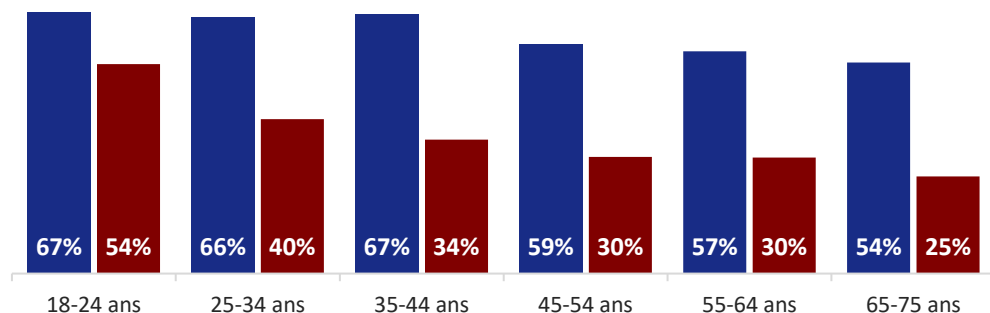
Renoncé à un achat/ achat inutile en fonction du genre



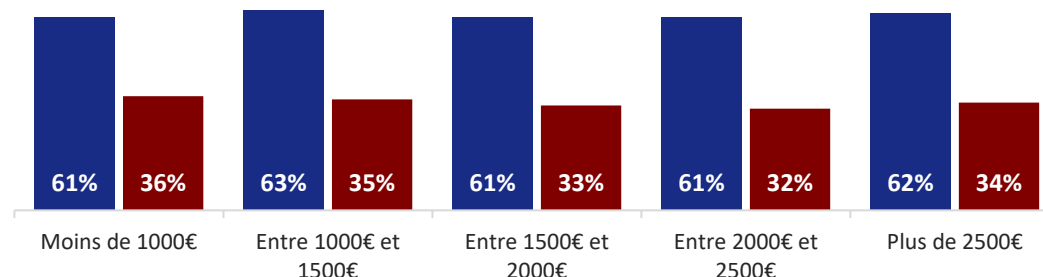
Renoncé à un achat/ achat inutile en fonction de la contrainte budgétaire ressentie



Renoncé à un achat/ achat inutile en fonction de l'âge



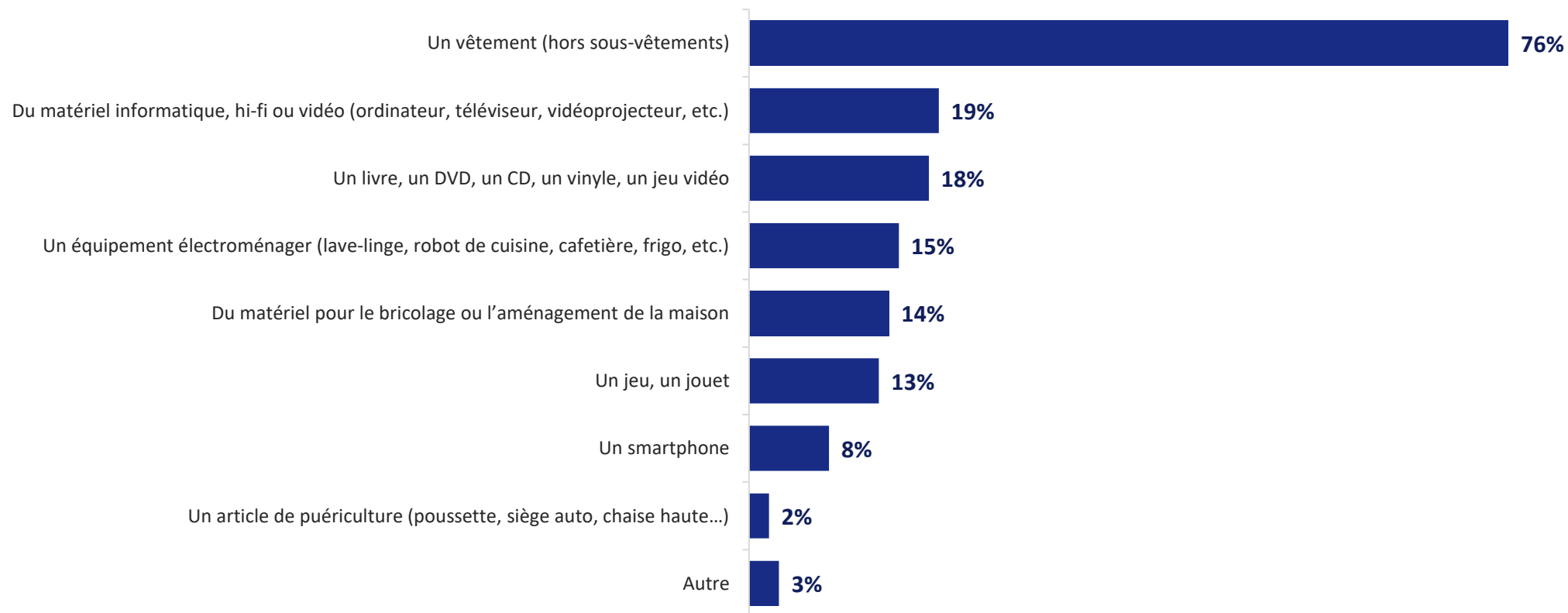
Renoncé à un achat/ achat inutile en fonction du niveau de vie du foyer (revenus mensuels net par unité de consommation)



Le renoncement à l'achat : en particulier de vêtements

De quel(s) produit(s) s'agissait-il ?

Q108 – Base : ont renoncé à un achat au cours des 12 derniers mois, n = 2467/ Plusieurs réponses possibles



Consommation : habillement



La perception des flux de vêtements

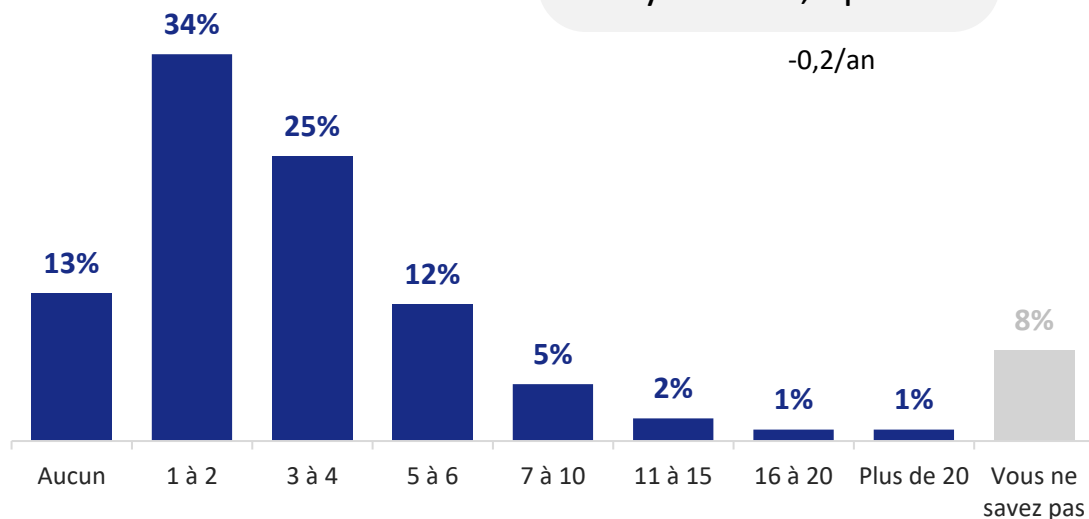
Veillez indiquer le nombre total de pantalons/shorts/robes/jupes que vous avez achetés pour votre propre usage au cours des 12 derniers mois.

Q111 - Base totale, n=4000

pantalons/shorts/robes/jupes

Moyenne : 3,3 par an

-0,2/an



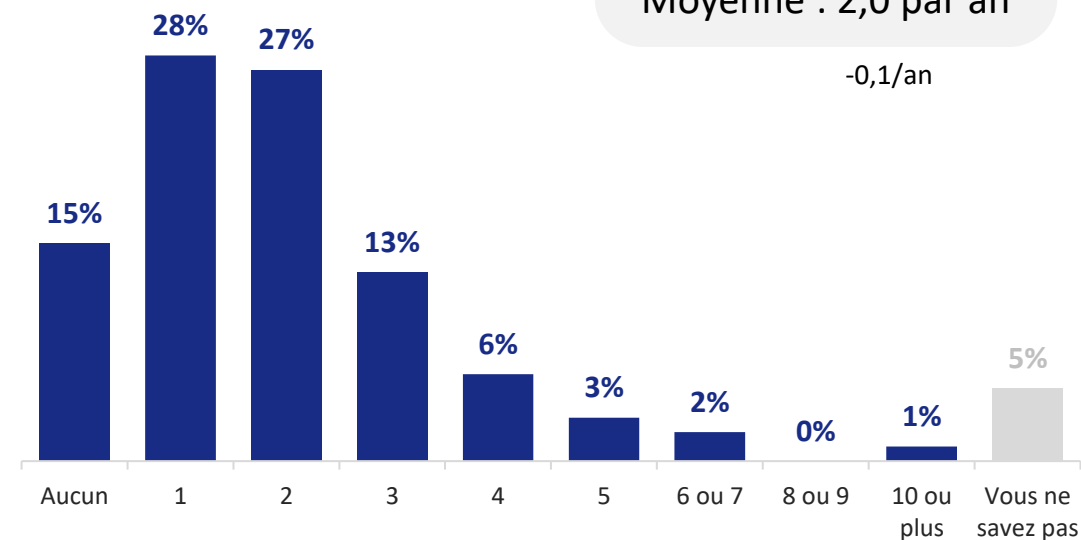
Veillez indiquer le nombre total de paires de chaussures (y compris bottes, baskets, tongs, pantoufles) que vous avez achetées pour votre propre usage au cours des 12 derniers mois.

Q112 - Base totale, n=4000

paires de chaussures

Moyenne : 2,0 par an

-0,1/an

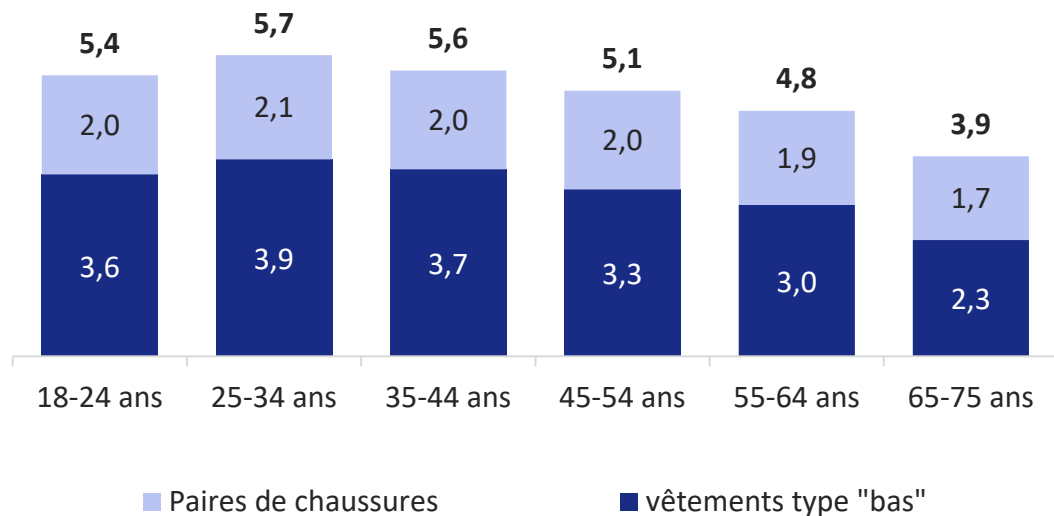


Le volume de la consommation de vêtements corrélé à l'âge et au genre

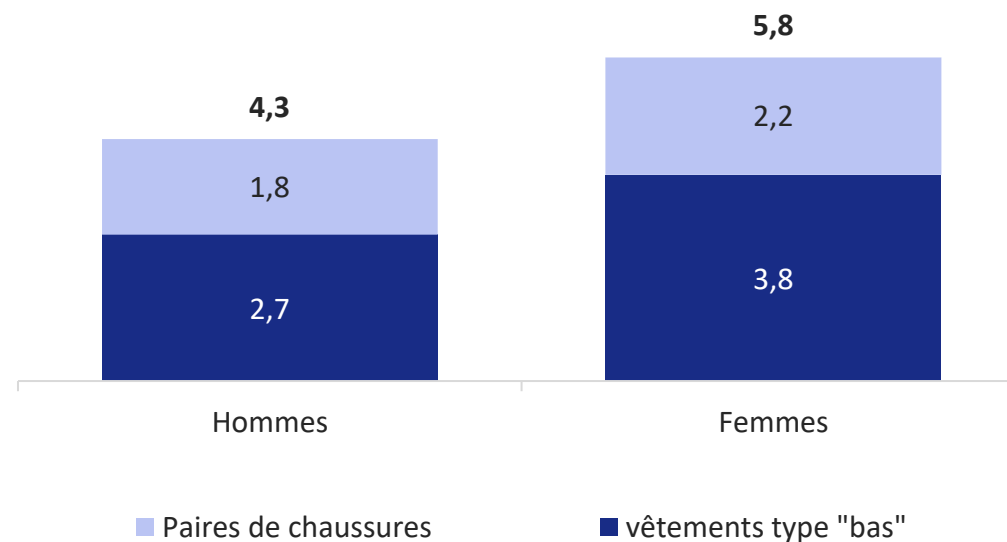
Veillez indiquer le nombre total de [pantalons/shorts/robes/jupes/ paires de chaussures] que vous avez achetés pour votre propre usage au cours des 12 derniers mois.

Q111 & Q112 - Base totale, n=4000 -Plusieurs réponses possibles -

Nombre moyen d'achats réalisés au cours des 12 derniers mois selon l'âge



Nombre moyen d'achats réalisés au cours des 12 derniers mois selon le genre

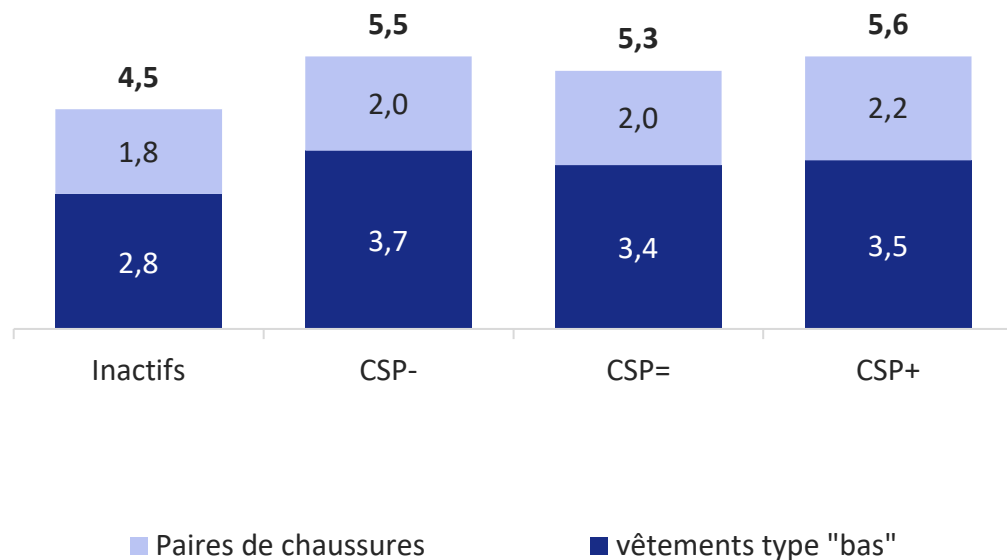


Le volume de consommation de vêtements moins important chez les inactifs et en dehors des grands centres métropolitains

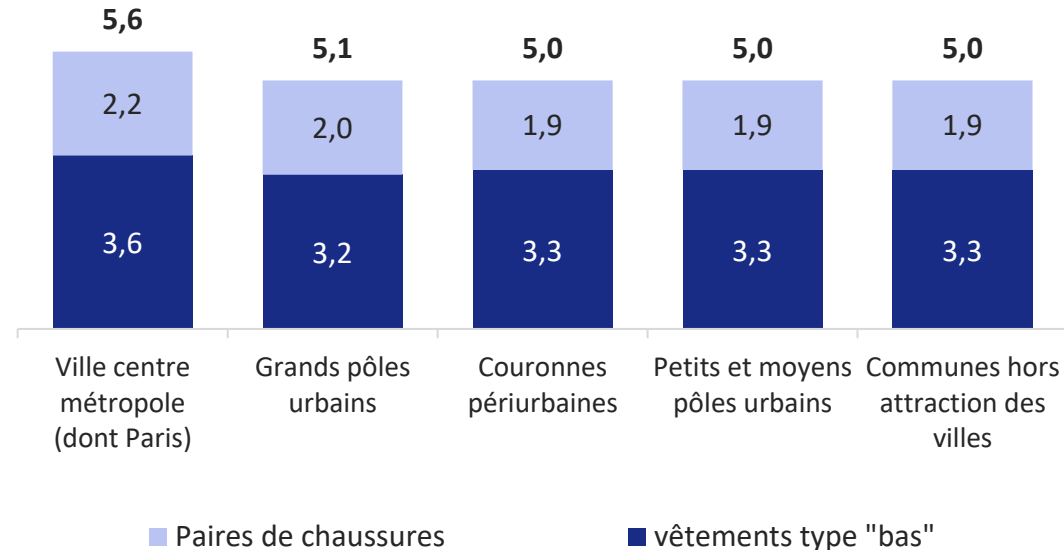
Veillez indiquer le nombre total de [pantalons/shorts/robes/jupes/ paires de chaussures] que vous avez achetés pour votre propre usage au cours des 12 derniers mois.

Q111 & Q112 - Base totale, n=4000 -Plusieurs réponses possibles -

Nombre moyen d'achats réalisés au cours des 12 derniers mois selon la CSP



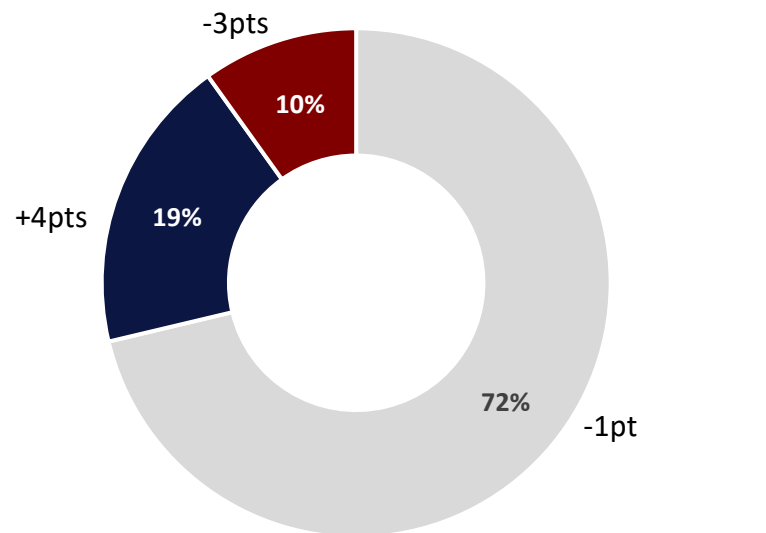
Nombre moyen d'achats réalisés au cours des 12 derniers mois selon le lieu de résidence



19% des Français jugent que leur consommation de vêtements excède leurs besoins

Concernant vos habitudes en matière d'achats de vêtements, vous diriez que ... ?

Q114 - Base totale, n=4000



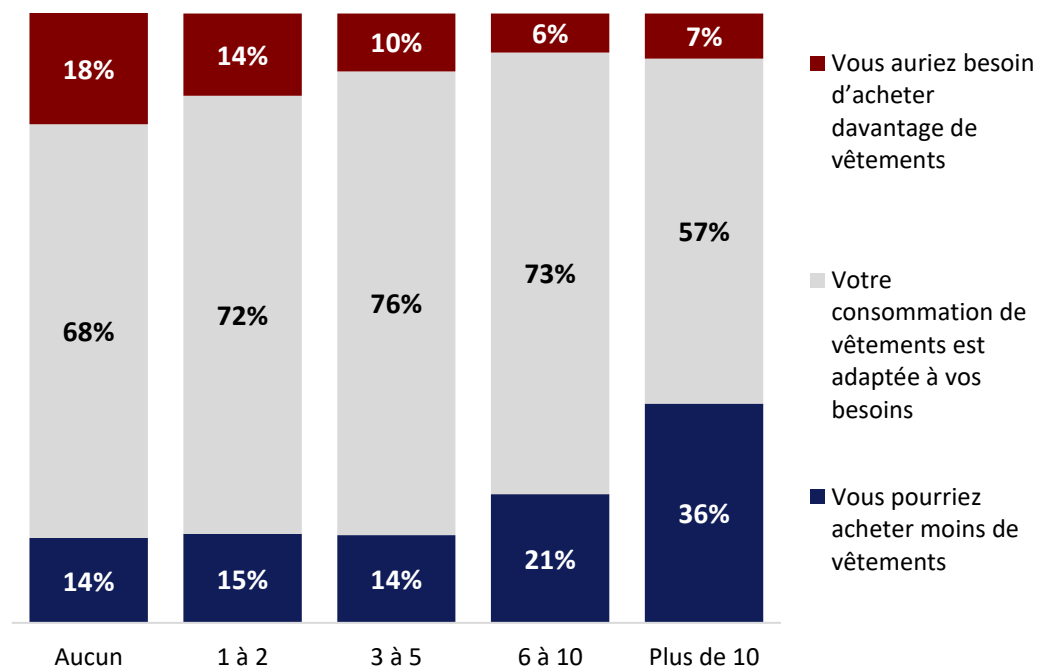
■ Votre consommation de vêtements est adaptée à vos besoins

■ Vous pourriez acheter moins de vêtements

■ Vous auriez besoin d'acheter davantage de vêtements

Perception de ses habitudes en matière d'achat de vêtements selon le nombre d'achat de vêtements et chaussures au cours des 12 derniers mois

Q114 - Base totale, n=4000



■ Vous auriez besoin d'acheter davantage de vêtements

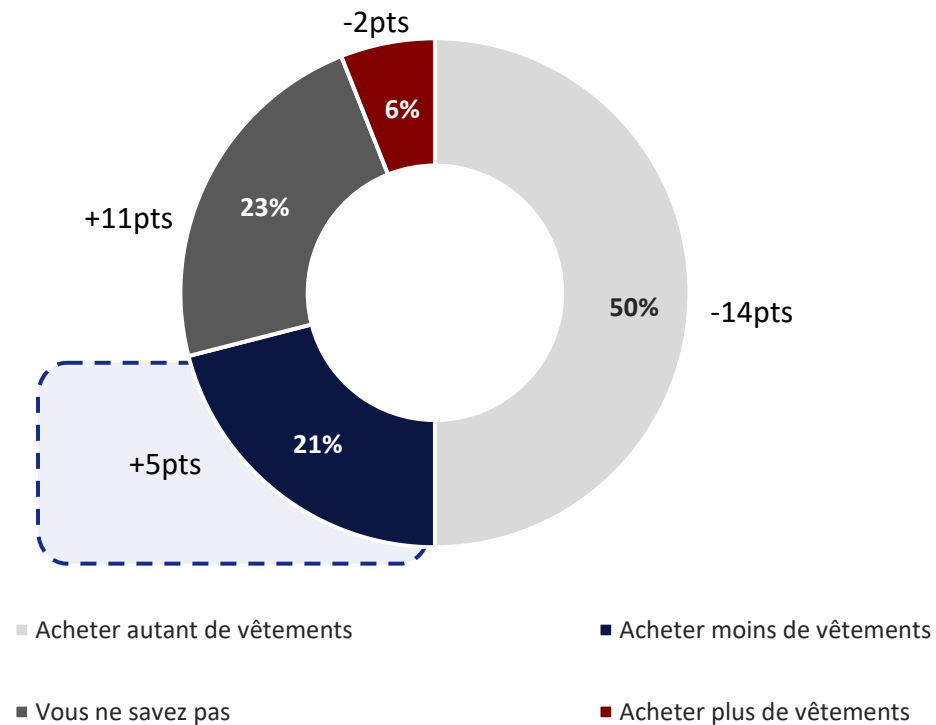
■ Votre consommation de vêtements est adaptée à vos besoins

■ Vous pourriez acheter moins de vêtements

21% des Français envisagent d'acheter moins de vêtements

Concernant vos achats de vêtements au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q116 - Base totale, n=4000

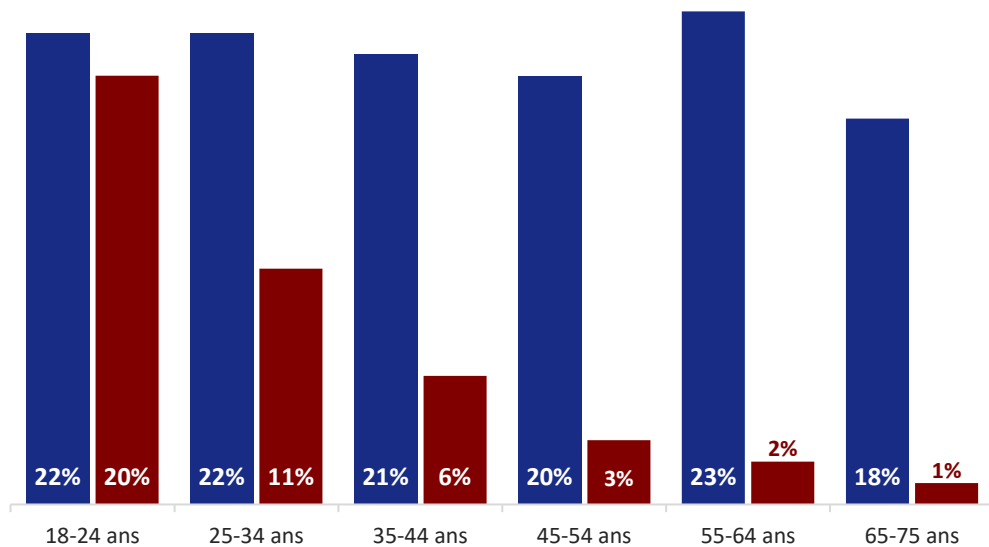


Les jeunes sont autant à envisager réduire leurs achats de vêtements qu'à envisager d'en acheter davantage

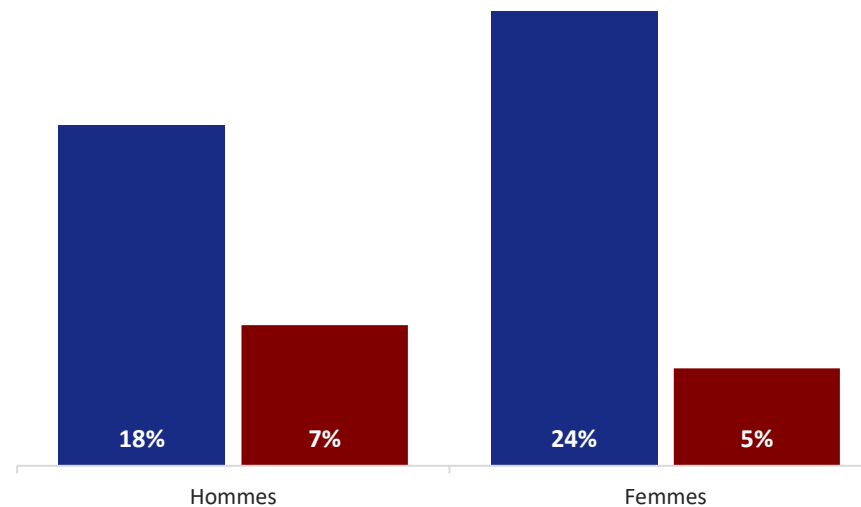
Concernant vos achats de vêtements au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q116 - Base totale, n=4000

Réduire / **augmenter** ses achats de vêtements
en fonction de l'âge



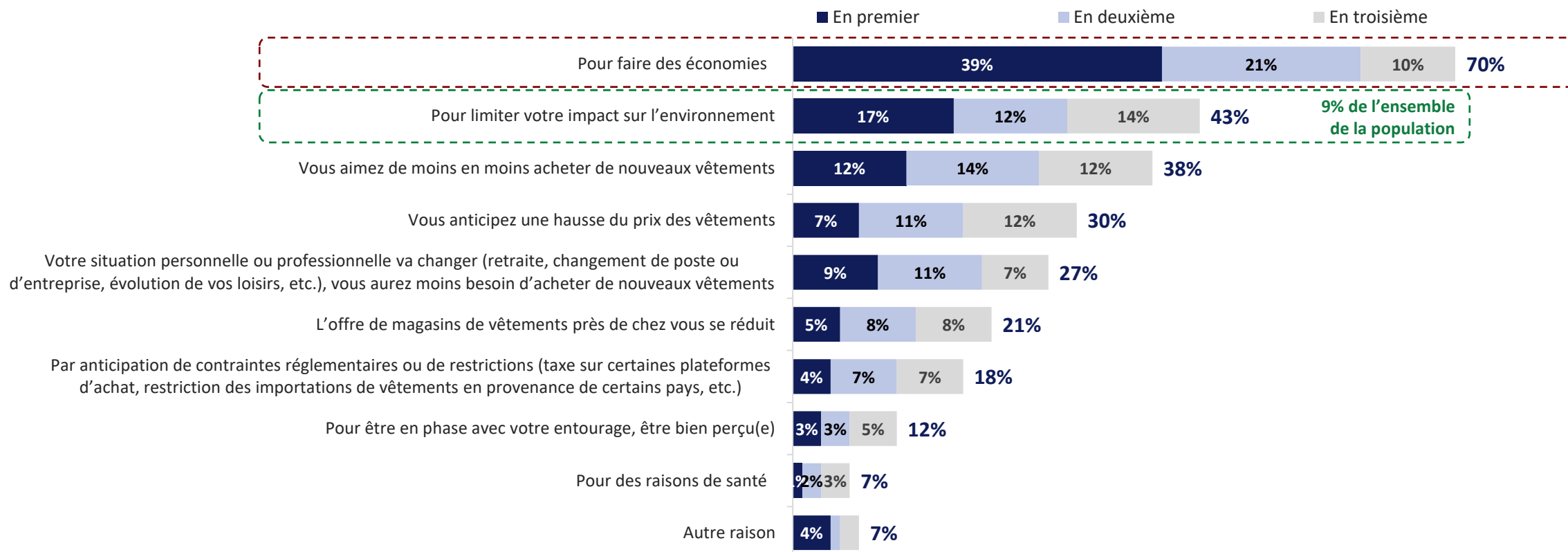
Réduire / **augmenter** ses achats de vêtements
en fonction du genre



Une réduction des achats de vêtements principalement motivée par le besoin de faire des économies, mais aussi dans une moindre mesure pour l'environnement

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de réduire votre consommation de vêtements dans les prochaines années ?

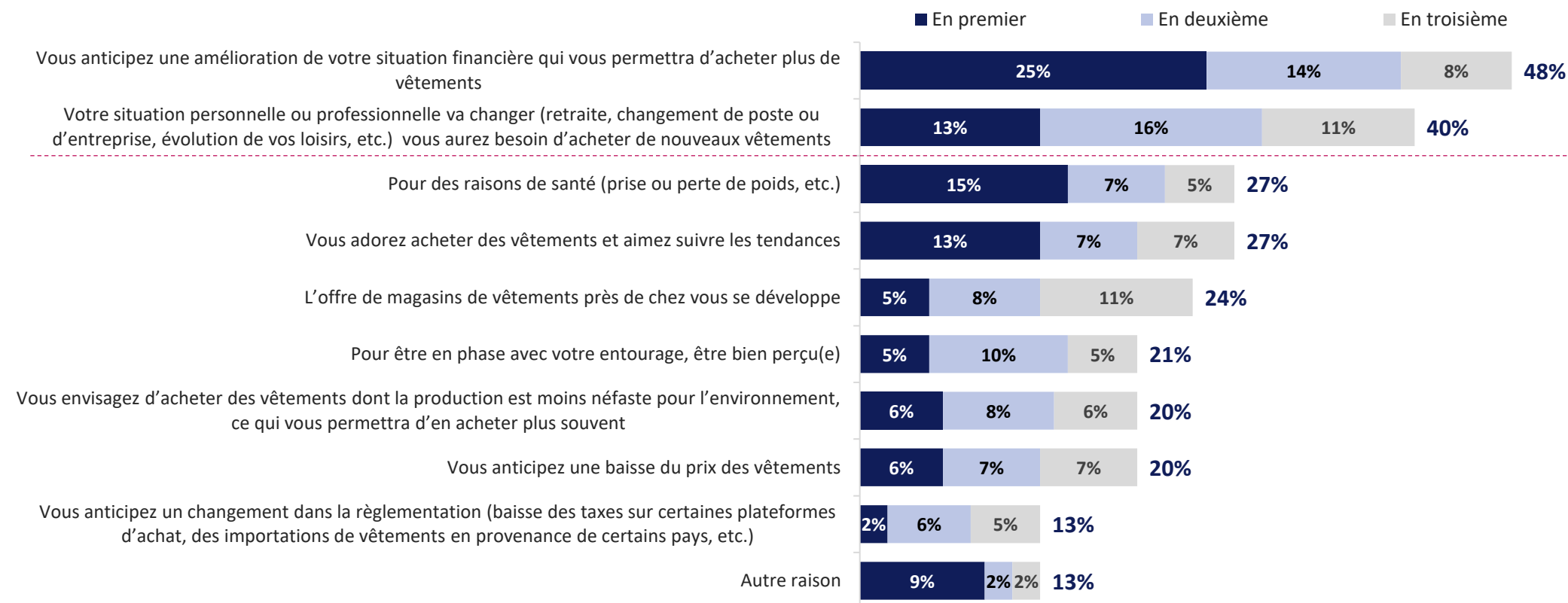
Q117 - Base : envisagent de réduire sa consommation de vêtements dans les prochaines années, n=841



Une consommation de vêtements qui reprend lorsque les conditions économiques et personnelles le permettent

Pour quelles raisons principales envisagez-vous d'augmenter votre consommation de vêtements dans les prochaines années ?

Q118 - Base : envisagent d'augmenter sa consommation de vêtements dans les prochaines années, n=234



Consommation : la seconde main



Le marché de l'occasion particulièrement répandu dans le secteur des articles de puériculture et des biens de consommation culturels (livres, DVD, CD...)

Au cours des 3 dernières années, vous êtes-vous procuré les produits suivants ?

Précision : pour vous-même ou votre foyer, hors achats professionnels

Q97 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles

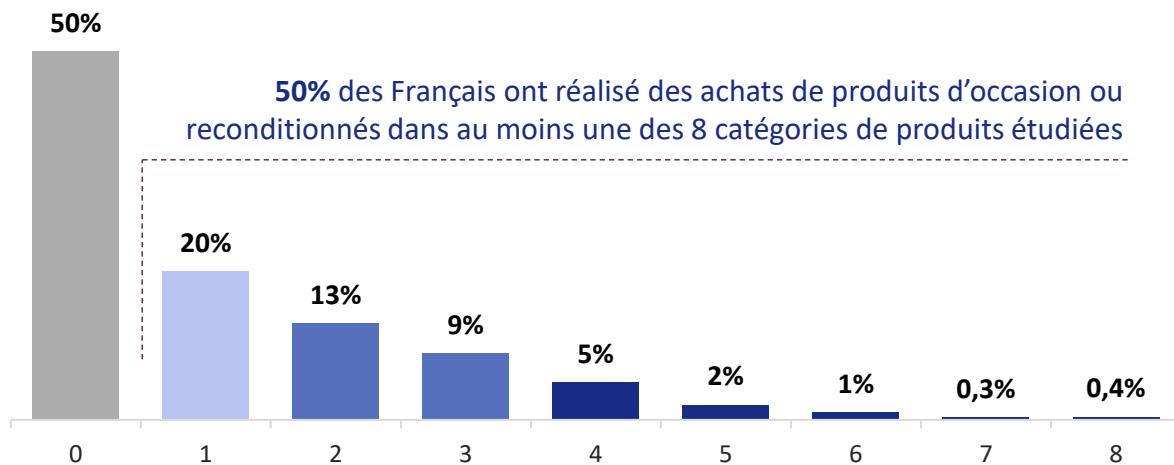
	Achat neuf	Achat d'occasion ou reconditionné	Location	Emprunt ou don	Sous-Total 1 achat	Sous-Total aucun achat	Ratio neuf / occasion
Un vêtement (hors sous-vêtements)	78%	26%	1%	4%	88%	12%	3,0
Un livre, un DVD, un CD, un vinyle, un jeu vidéo	46%	26%	1%	6%	61%	39%	1,7
Un smartphone	48%	12%	1%	2%	60%	40%	4,0
Un équipement électroménager (lave-linge, robot de cuisine, cafetière, frigo, etc.)	52%	8%	0%	2%	59%	41%	6,5
Du matériel pour le bricolage ou l'aménagement de la maison	51%	10%	1%	4%	58%	42%	5,3
Un jeu, un jouet	41%	16%	1%	3%	49%	51%	2,6
Du matériel informatique, hi-fi ou vidéo (ordinateur, téléviseur, vidéoprojecteur, etc.)	37%	9%	1%	2%	45%	55%	4,3
Un article de puériculture (poussette, siège auto, chaise haute...)	11%	6%	1%	2%	16%	84%	1,7
Au moins un achat parmi les 8 catégories étudiées	90%	50%	4%	14%	94%	6%	1,8

Un Français sur deux a recours au marché de la seconde main

Distribution du nombre de catégorie de produit acheté d'occasion

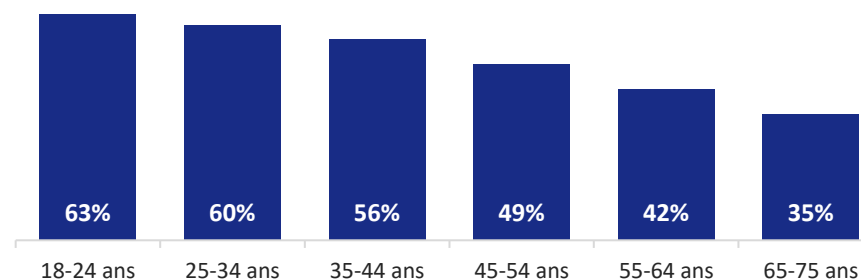
À partir de Q97 - Base totale, n=4000 - Plusieurs réponses possibles

Nombre de catégorie de produits pour lesquelles au moins un achat d'occasion a été effectué

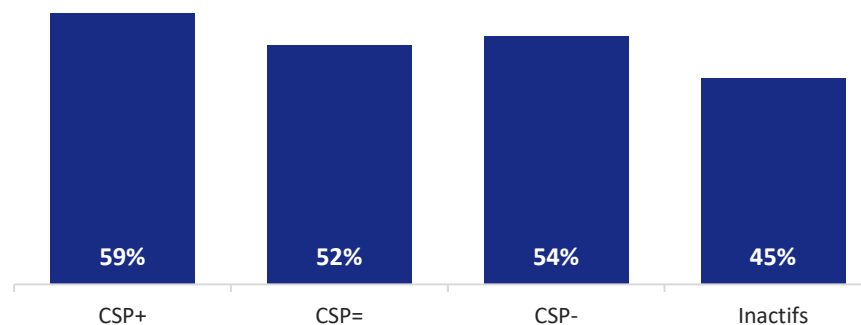


Moyenne parmi les personnes qui recourent au marché de la seconde main : **1,6**

Part ayant recours au marché de la seconde main en fonction de l'âge



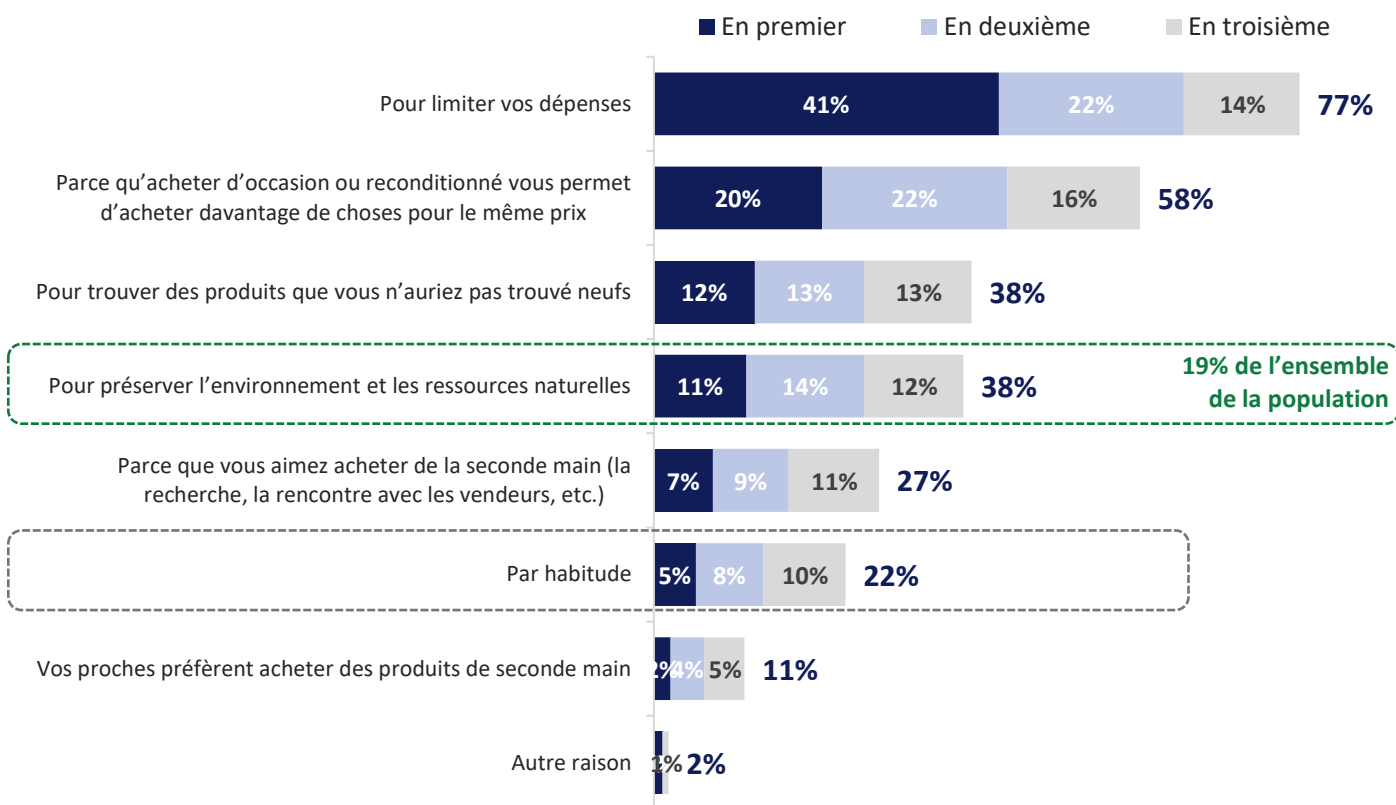
Part ayant recours au marché de la seconde main en fonction de la CSP



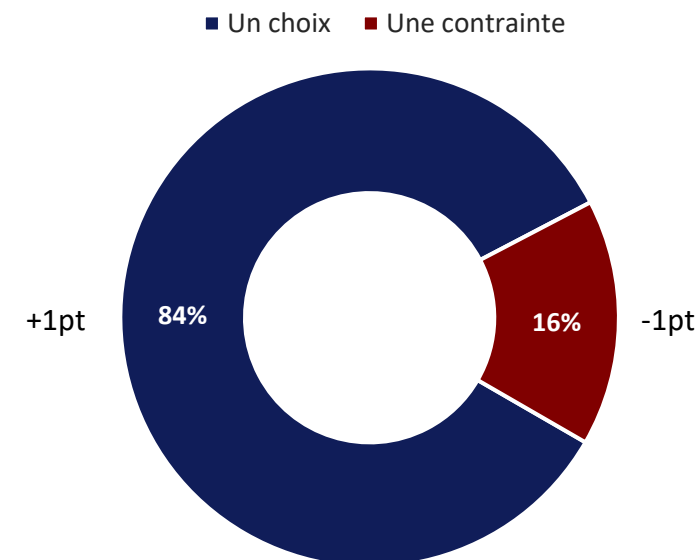
Le marché de la seconde main : faire des économies, mais aussi consommer plus (dans plus d'un cas sur deux)

Vous avez déclaré avoir acheté au moins un produit ou vêtement d'occasion ou reconditionné au cours des 3 dernières années. Pour quelles raisons avez-vous privilégié un produit de seconde main plutôt qu'un produit neuf ?

Q100 - Base : achat d'au moins un produit en seconde main, n= 2039



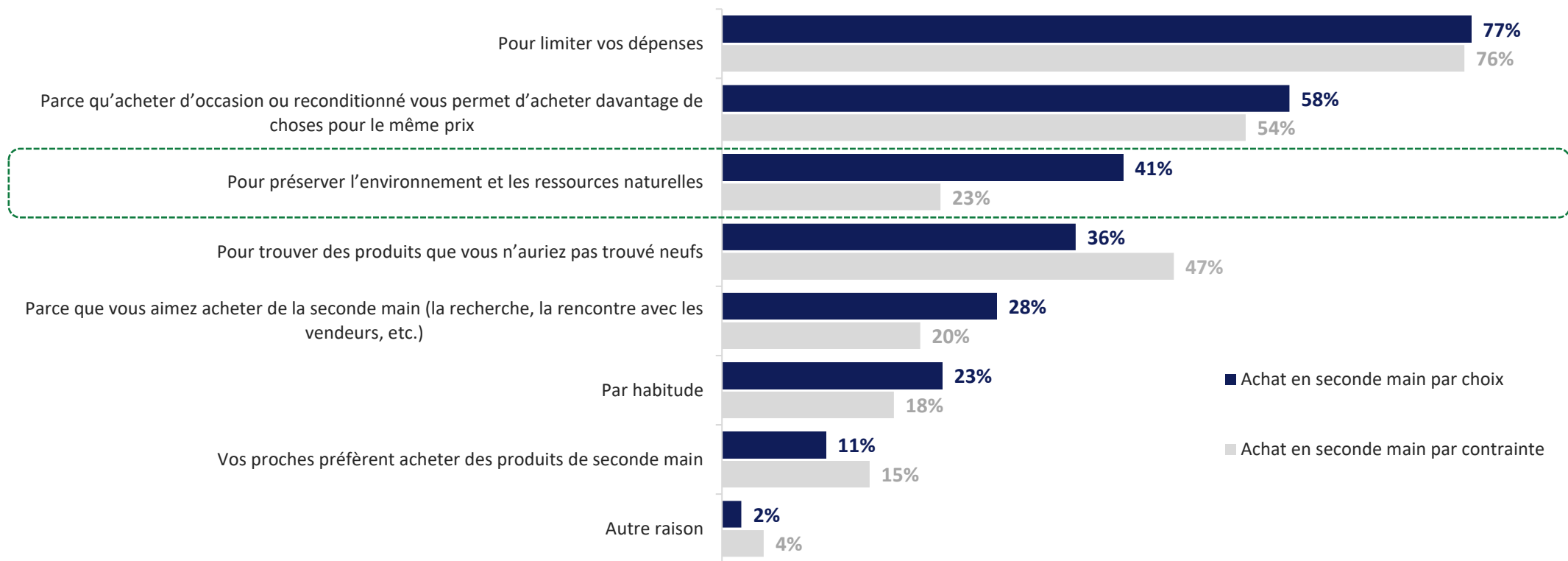
Q101 - Le fait de privilégier l'achat d'occasion ou reconditionné pour certains produits est plutôt...



La dimension environnementale nettement plus présente parmi les personnes ayant recours au marché de l'occasion par choix

Vous avez déclaré avoir acheté au moins un produit ou vêtement d'occasion ou reconditionné au cours des 3 dernières années. Pour quelles raisons avez-vous privilégié un produit de seconde main plutôt qu'un produit neuf ?

Q100 - Base : achat d'au moins un produit en seconde main, n= 2039



Les achats de seconde main : segmentation de la population

Base totale, n=4000



Privilégient la seconde main par écologie

15% -1pt

- 18-34 ans (**39%** vs 28%)
- En couple avec enfant(s) (**36%** vs 30%)
- Actifs occupés (**68%** vs 58%)
- CSP+ (**21%** vs 14%)
- Politiquement « à gauche » (**26%** vs 15%)
- 55-75 ans (**24%** vs 34%)

Privilégient la seconde main par habitude

10% +5pts

- Femmes (**57%** vs 51%)
- Femmes avec enfant(s) (**30%** vs 20%)
- Habitants de communes rurales (**28%** vs 23%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (**51%** vs 45%)

Privilégient la seconde main pour une autre raison

17% -3pts

- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale
- Femmes (**57%** vs 51%)
- 55-75 ans (**27%** vs 34%)

Privilégient la seconde main, mais aimeraient acheter neuf

8% -1pt

- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale
- Forte contrainte budgétaire (**41%** vs 33%)
- Alarmés par la situation écologique (**24%** vs 34%)

Privilégient le neuf

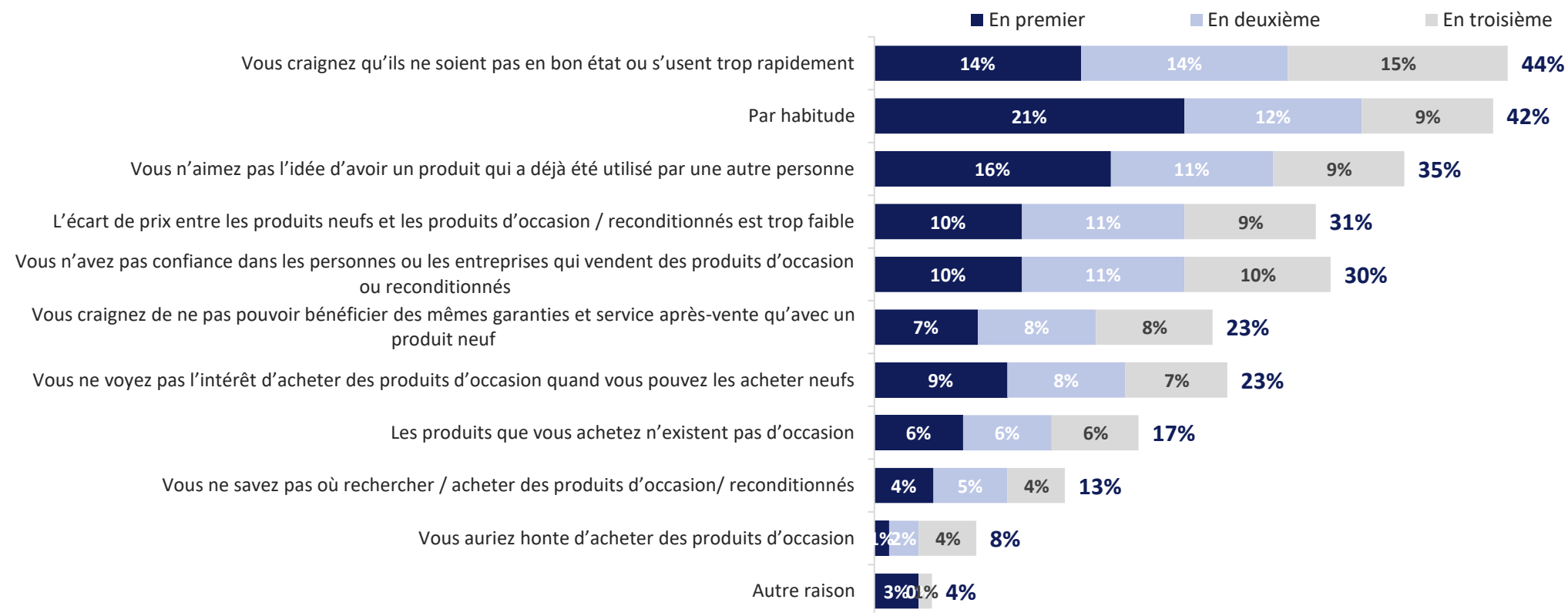
50% =

- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale
- 55-75 ans (**42%** vs 34%)
- 18-34 ans (**22%** vs 28%)

Les achats de seconde main freinés par des enjeux de confiance, mais également par les habitudes d'achat

Pour quelles raisons n'achetez-vous pas de produits ou de vêtements d'occasion ou reconditionnés ?

Q99 - Base : aucun produit acheté d'occasion ou reconditionné, n= 1961



Consommation : la réparation

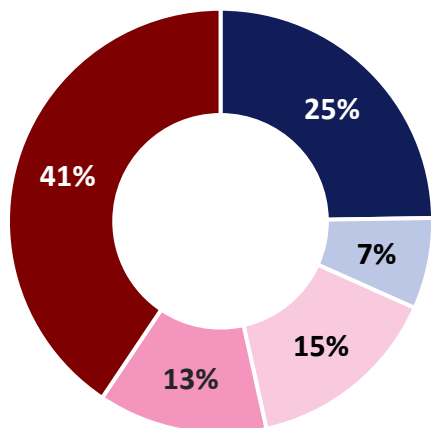


Compétences en matière de transformation, réparation et fabrication

Faites-vous les activités suivantes ?

Q102 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles

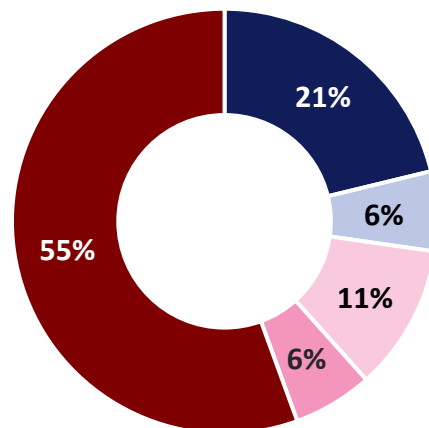
Fabriquer ou transformer des objets (meubles, objets décoratifs, pièces détachées)



Savent
le faire
32%

- Oui, vous le faites déjà
- Vous savez le faire mais ne le faites pas
- Vous aimeriez le faire mais vous ne savez pas comment vous y prendre
- Non, vous n'avez pas l'espace / l'équipement pour le faire
- Non, ça ne vous intéresse pas

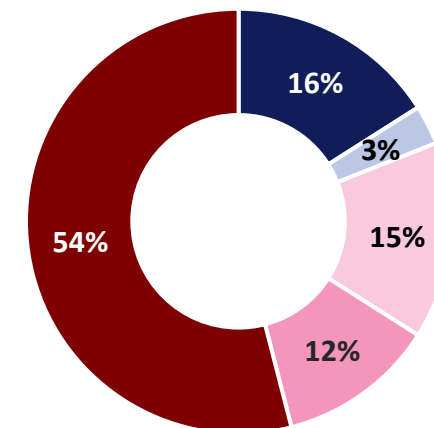
Faire de la couture, de la broderie, du tricot



Savent
le faire
27%

- Oui, vous le faites déjà
- Vous savez le faire mais ne le faites pas
- Vous aimeriez le faire mais vous ne savez pas comment vous y prendre
- Non, vous n'avez pas l'espace / l'équipement pour le faire
- Non, ça ne vous intéresse pas

Réparer des engins mécaniques (voitures, motos, etc.)



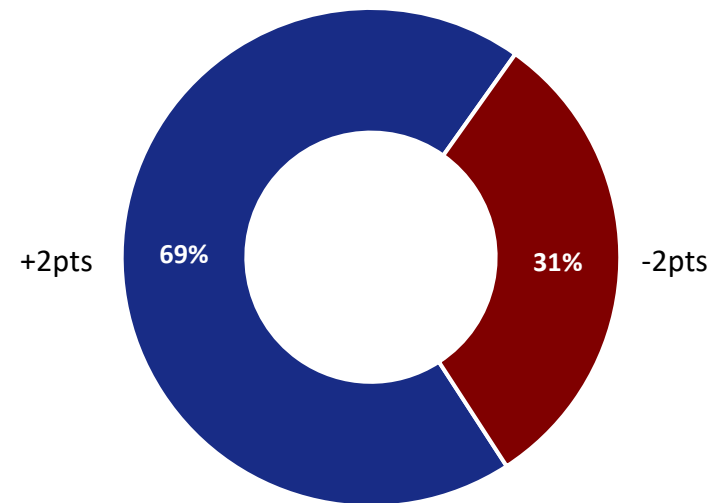
Savent
le faire
19%

- Oui, vous le faites déjà
- Vous savez le faire mais ne le faites pas
- Vous aimeriez le faire mais vous ne savez pas comment vous y prendre
- Non, vous n'avez pas l'espace / l'équipement pour le faire
- Non, ça ne vous intéresse pas

Deux Français sur trois disent réparer ou faire réparer les produits qu'ils possèdent autant que possible

De manière générale, vous diriez que... ?

Q102 - Base totale, n=4000

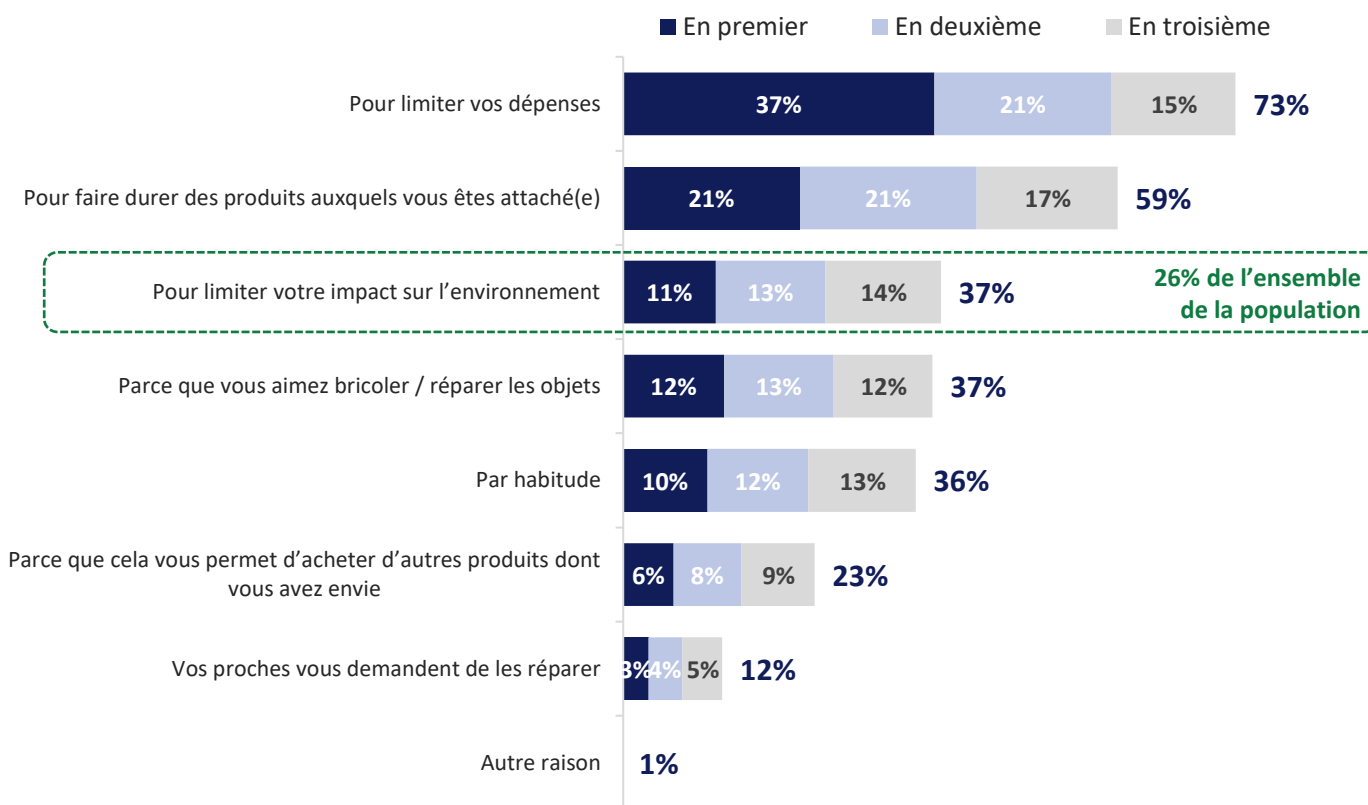


- Vous réparez ou faites réparer autant que possible les produits que vous possédez
- Vous avez tendance à remplacer les produits quand ils sont abimés ou fonctionnent mal

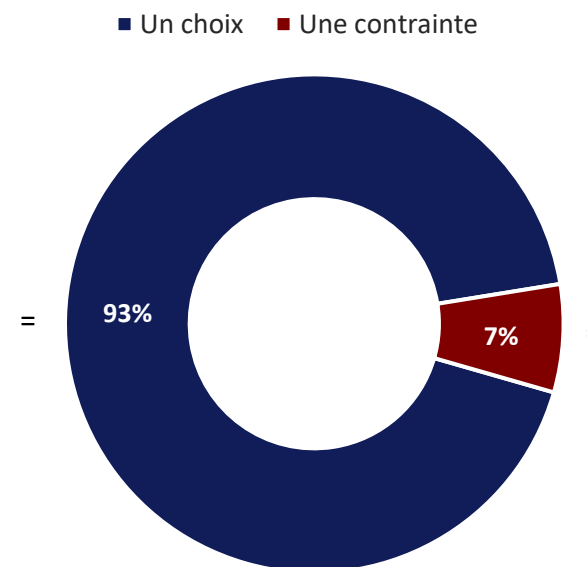
La réparation : des considérations avant tout économiques

Vous avez déclaré réparer ou faire réparer autant que possible les produits que vous possédez quand ils sont abimés ou fonctionnent mal. Pour quelles raisons ?

Q104 - Base : déclarent réparer ou faire réparer autant que possible, n=2787



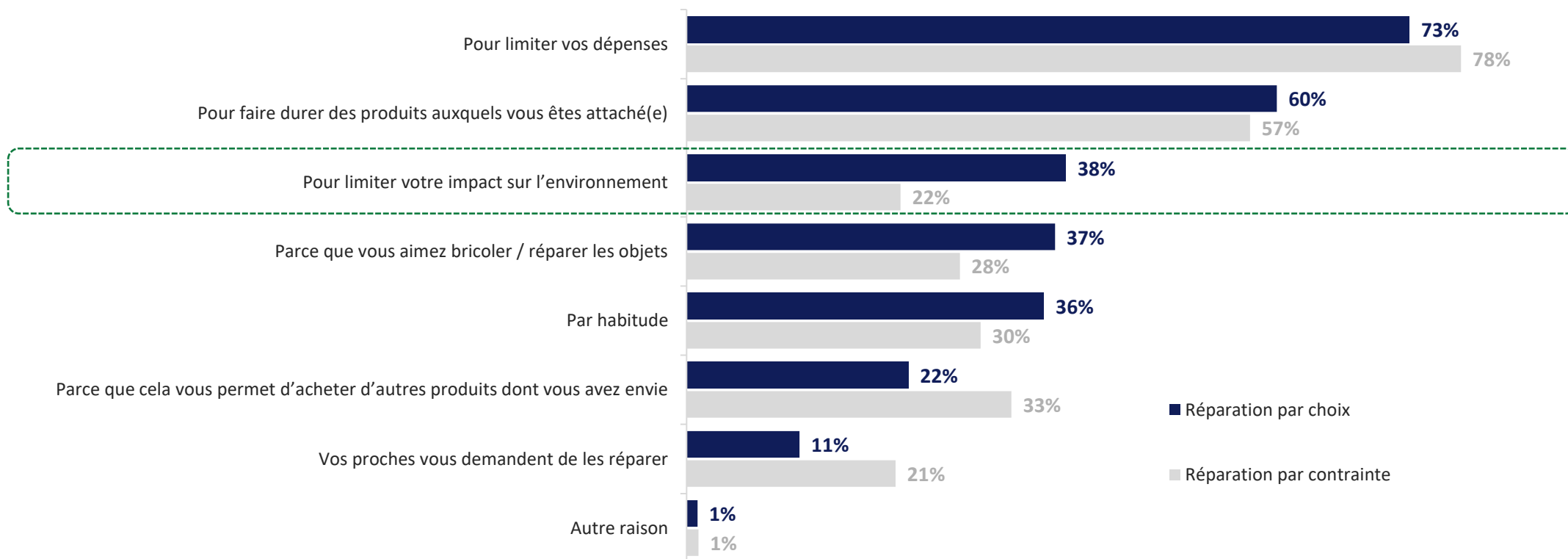
Q105 - Le fait de réparer ou faire réparer autant que possible les produits que vous possédez quand ils sont abimés ou ne fonctionnent plus est-il plutôt ?



La réparation : des considérations avant tout économiques, mais aussi écologiques quand elle est choisie

Vous avez déclaré réparer ou faire réparer autant que possible les produits que vous possédez quand ils sont abimés ou fonctionnent mal. Pour quelles raisons ?

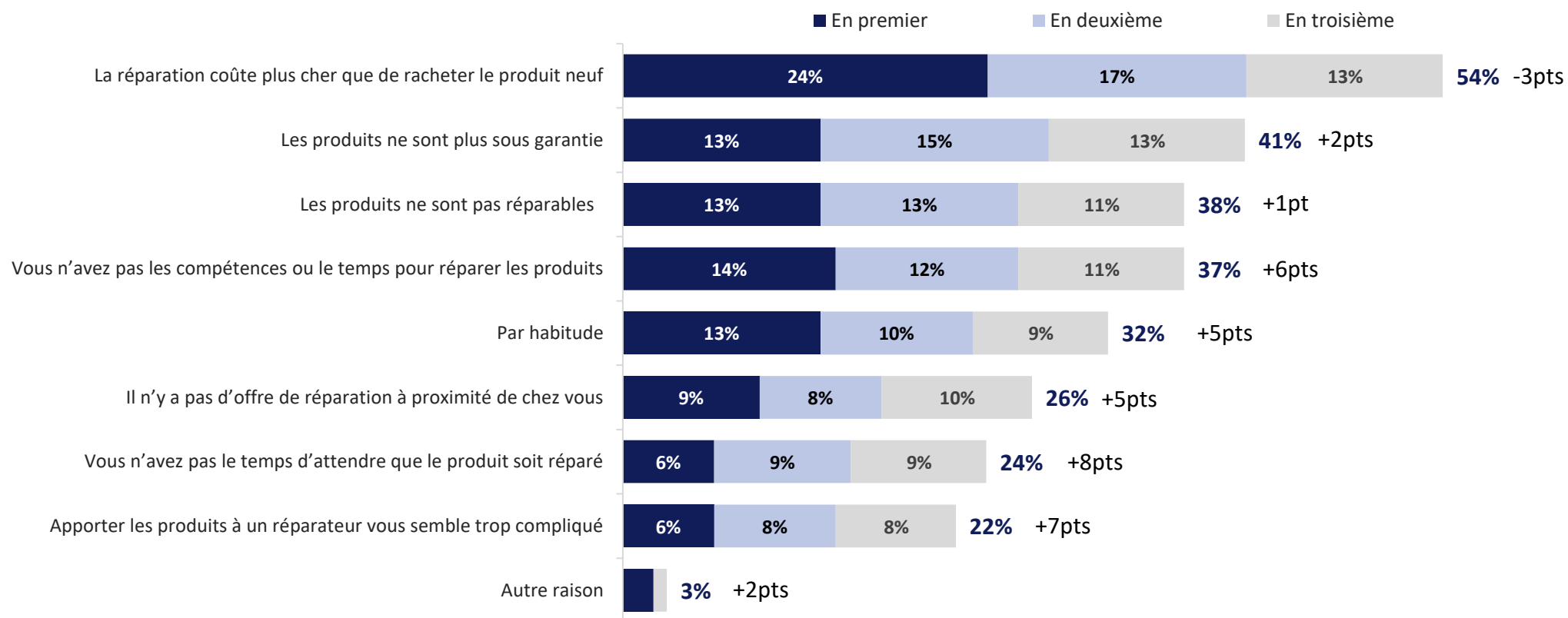
Q104 - Base : déclarent réparer ou faire réparer autant que possible, n=2787



Le coût de la réparation constitue encore le premier obstacle à son recours, alors que les problématiques relatives à l'offre de réparation se renforcent (accès, temps d'attente, complexité)

Pour quelles raisons préférez-vous remplacer des produits qui sont abîmés ou fonctionnent mal plutôt que de les réparer ou les faire réparer ? Généralement...

Q103 - Base : déclarent préférer remplacer plutôt que réparer, n=1213



Consommation : la fin de vie des produits



La défaisance : Le don et la revente au coude à coude

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous revendu, donné, troqué contre autre chose ou jeté les produits suivants ?

Q106 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles

	Revendu	Donné	Troqué	Jeté	Déposé en point de collecte
Un vêtement (hors sous-vêtements)	28%	32%	2%	11%	28%
Un livre, un DVD, un CD, un vinyle, un jeu vidéo	22%	23%	2%	3%	10%
Un jeu, un jouet	17%	22%	2%	5%	6%
Un smartphone	11%	9%	1%	2%	7%
Du matériel pour le bricolage ou l'aménagement de la maison	9%	9%	2%	4%	6%
Un article de puériculture (poussette, siège auto, chaise haute...)	8%	8%	1%	2%	3%
Du matériel informatique, hi-fi ou vidéo (ordinateur, téléviseur, vidéoprojecteur, etc.)	8%	7%	1%	3%	9%
Un équipement électroménager (lave-linge, robot de cuisine, cafetière, frigo, etc.)	8%	8%	1%	5%	14%
Au moins un produit concerné parmi les 8 catégories étudiées	46%	50%	7%	21%	42%

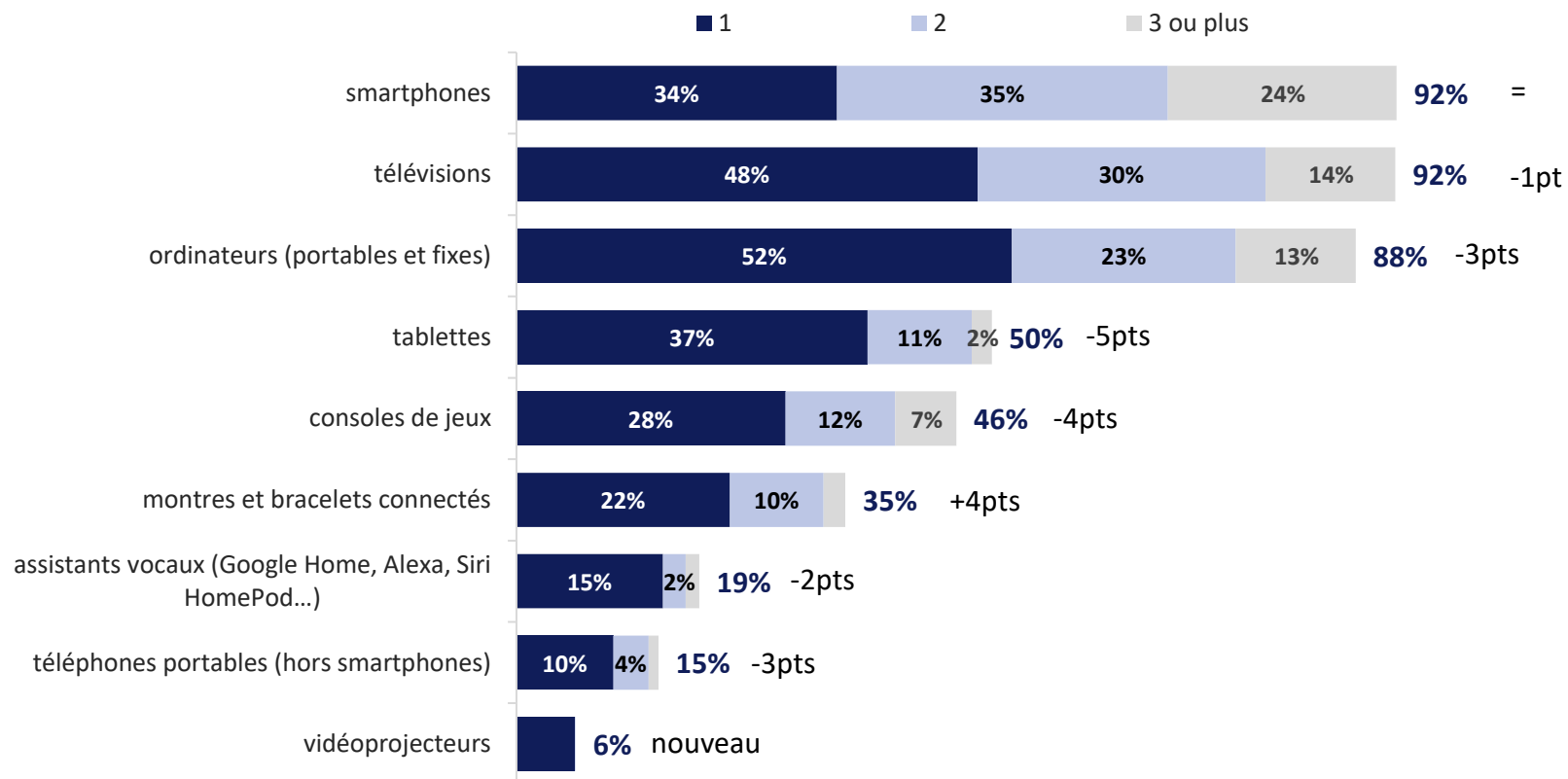
Consommation : les appareils numériques



L'équipement des ménages en appareils numériques

De combien des appareils numériques suivants est équipé votre foyer (uniquement les appareils utilisés, pour un usage personnel ou professionnel) ?

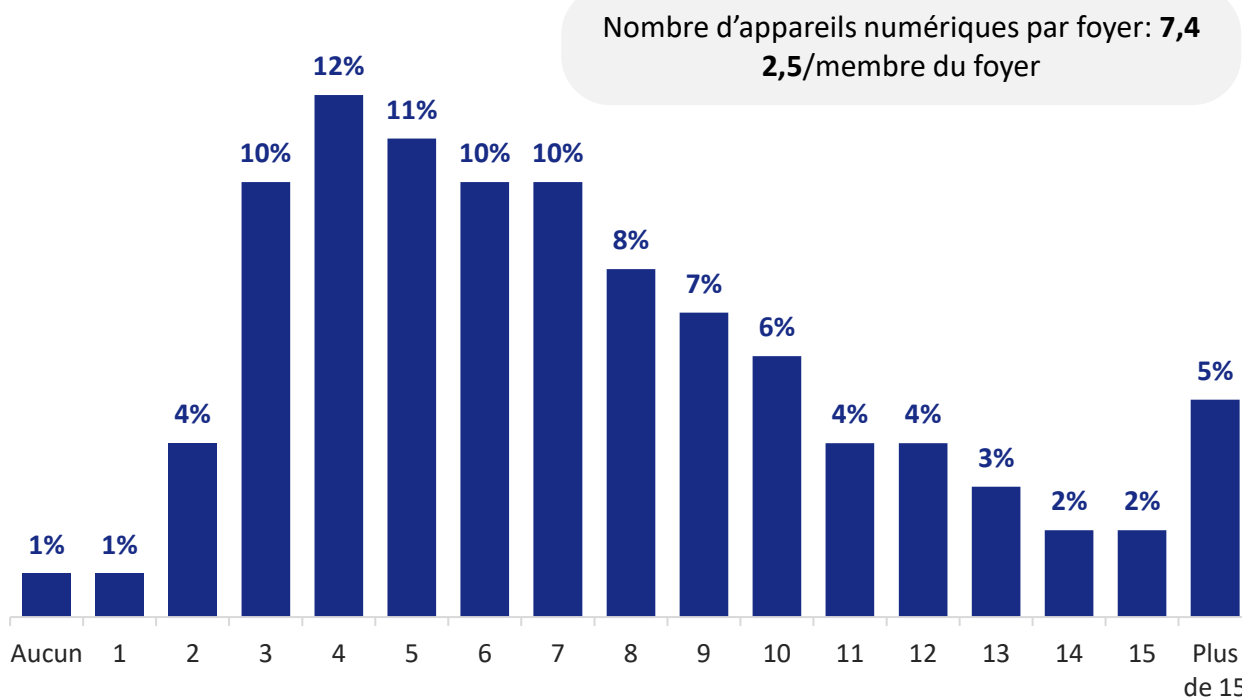
Q84 - Base totale, n = 4000



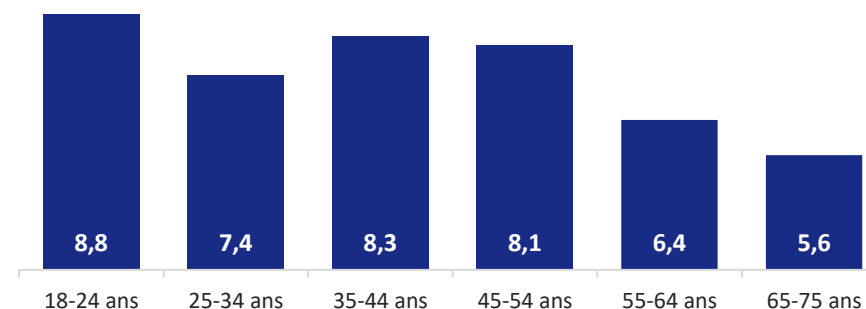
Plus de 7 appareils numériques par foyer en moyenne (2,5 par personne)

Nombre d'appareils numériques

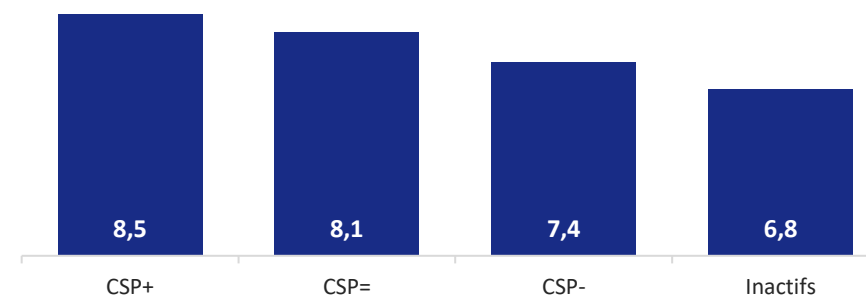
Mesuré à partir de Q84 - Base totale, n = 4000



Nombre d'appareils numériques du foyer selon l'âge



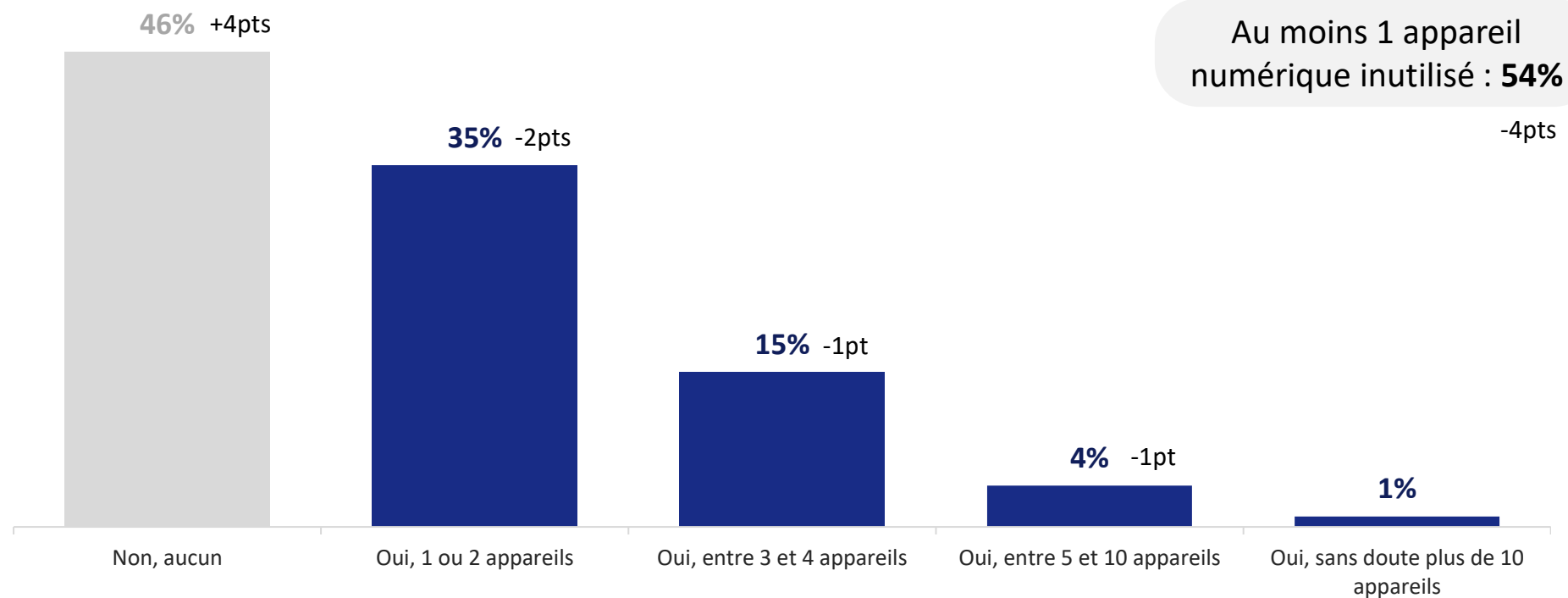
Nombre d'appareils numériques du foyer selon la CSP



54% des ménages stockent des appareils numériques inutilisés

Avez-vous chez vous des appareils ou équipements numériques que vous n'utilisez plus, mais qui sont stockés dans des armoires, tiroirs ou à la cave (téléphone, ordinateur, télévision, appareil photo, console, etc.) ?

Q85 - Base totale, n = 4000



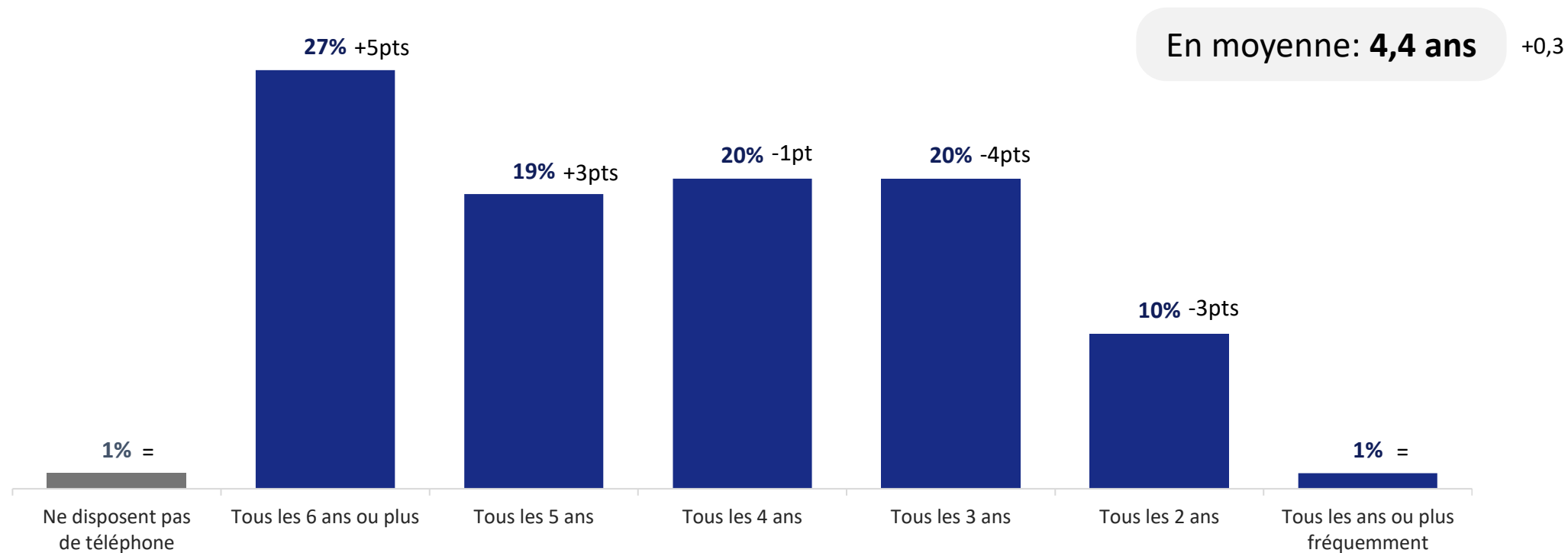
Numérique : Renouvellement du téléphone



46% des Français déclarent attendre 5 ans ou plus pour renouveler leur smartphone

En général, vous changez de téléphone portable... ?

Q86 - Base totale, n=4000

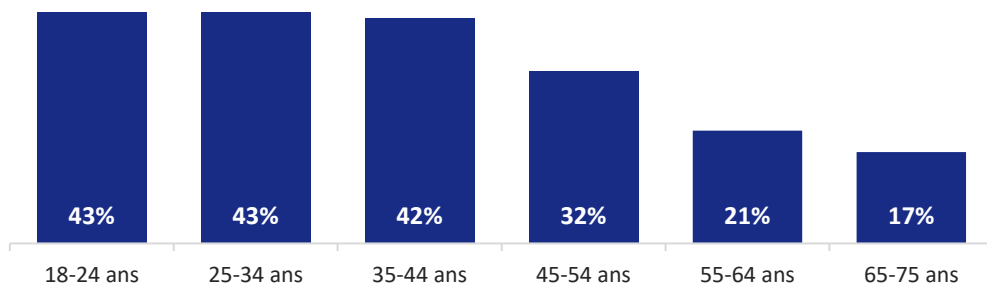


Les jeunes sont plus nombreux à renouveler fréquemment leur téléphone, la contrainte budgétaire joue très peu sur la fréquence de renouvellement

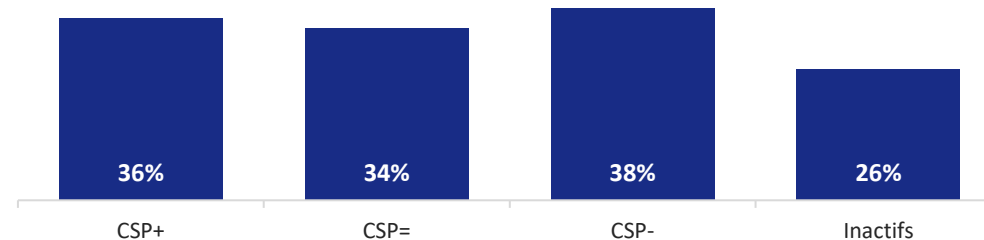
En général, vous changez de téléphone portable... ?

Q86 - Base totale, n=4000

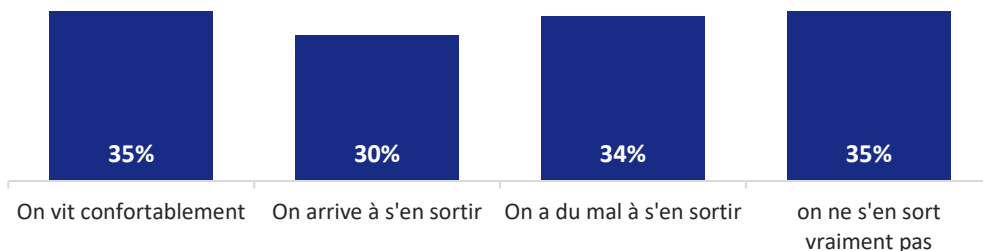
Renouvellent tous les 3 ans ou plus fréquemment leur téléphone en fonction de l'âge



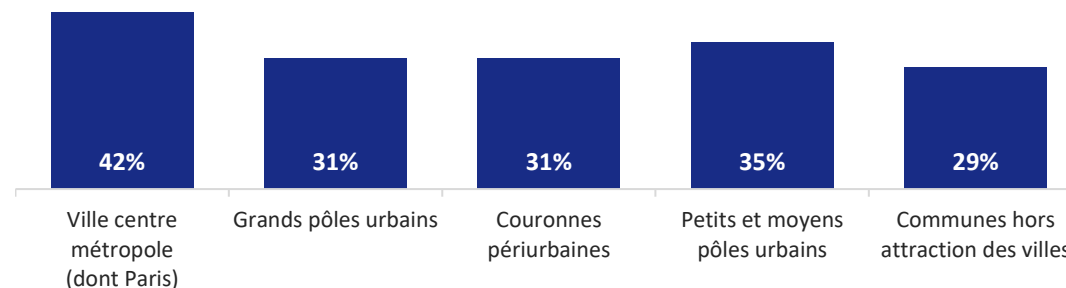
Renouvellent tous les 3 ans ou plus fréquemment leur téléphone en fonction de la CSP



Renouvellent tous les 3 ans ou plus fréquemment leur téléphone en fonction de la contrainte budgétaire



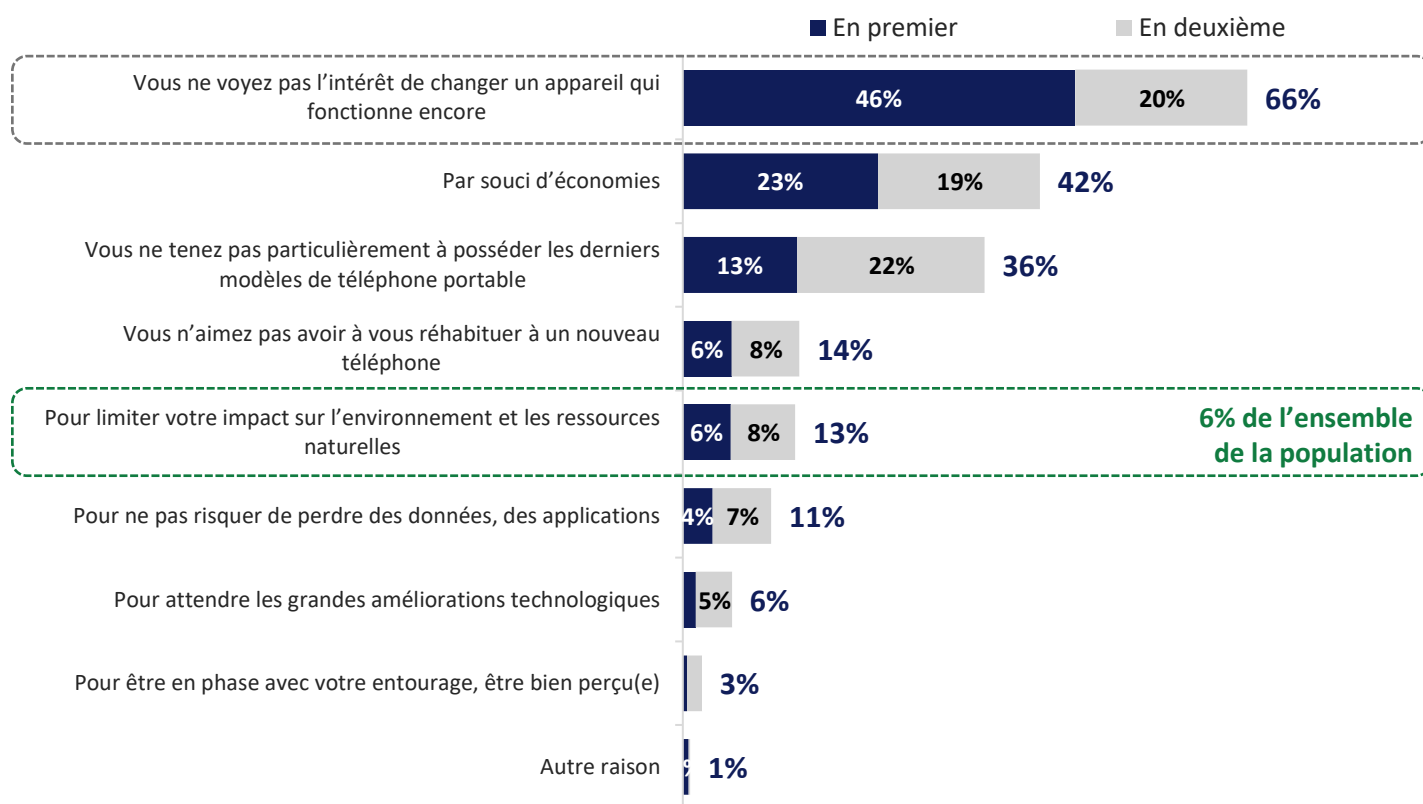
Renouvellent tous les 3 ans ou plus fréquemment leur téléphone en fonction du type de territoire



Dans la nette majorité des cas, les personnes qui conservent 5 ans ou plus leur smartphone ne voient pas l'intérêt de le renouveler plus fréquemment

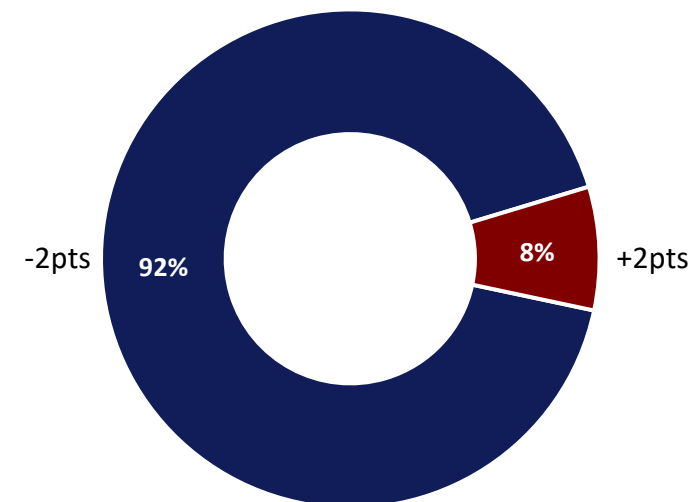
Pour quelles raisons conservez-vous habituellement votre téléphone portable au moins 5 ans ?

Q91 - Base : conservent habituellement leurs téléphones 5 ans ou plus, n= 1859



Q92 - Le fait de conserver habituellement votre téléphone 5 ans ou plus est plutôt...

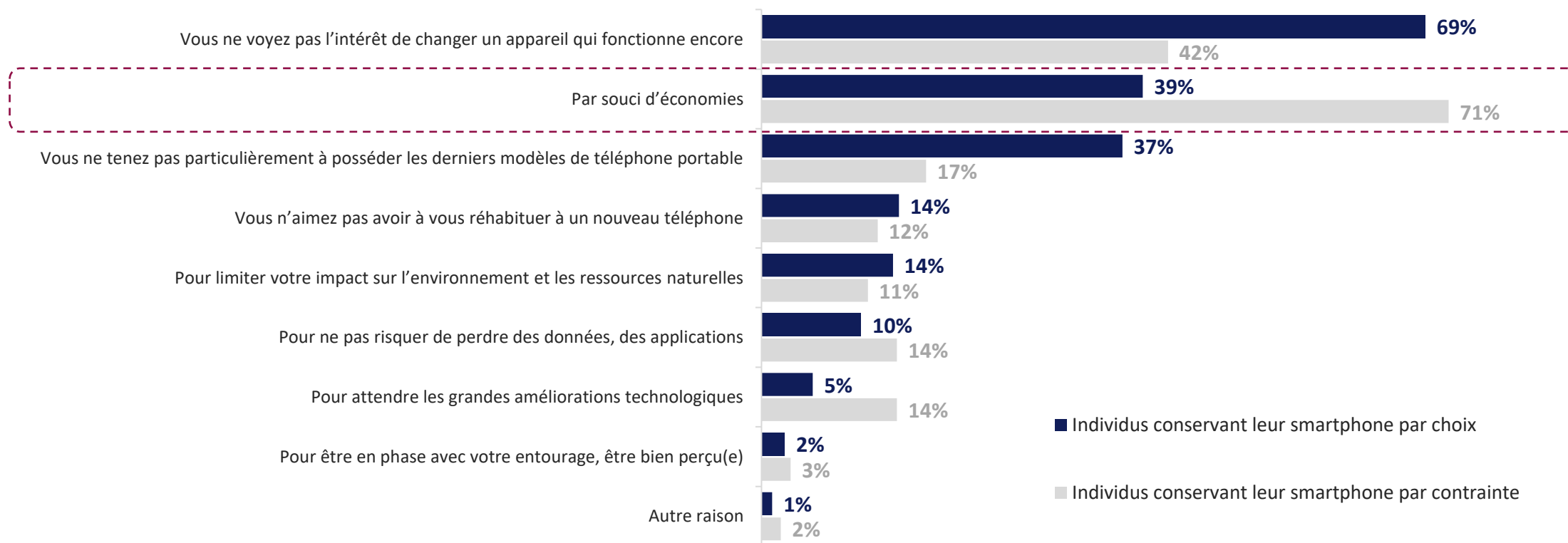
■ Un choix ■ Une contrainte



Une contrainte économique qui pèse lourdement sur les individus contraints de conserver leur smartphone

Pour quelles raisons conservez-vous habituellement votre téléphone portable au moins 5 ans ?

Q91 - Base : conservent habituellement leurs téléphones 5 ans ou plus, n= 1859



Le renouvellement du téléphone : segmentation de la population

Base totale, n=4000



Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou moins fréquemment par souci environnemental

3% =

- Hommes (58% vs 49%)
- Niveau de vie aisé – Supérieur à 2000€ /mois/UC (38% vs 31%)
- Politiquement « à gauche » (25% vs 15%)
- Alarmés par la situation écologique (53% vs 34%)
- Parents (51% vs 61%)

Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou moins fréquemment par absence de besoin

29% +2pts

- 55-75 ans (48% vs 34%)
- Retraités (32% vs 21%)
- Faible contrainte budgétaire (68% vs 63%)
- 18-34 ans (19% vs 28%)

Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou moins fréquemment pour une autre raison

10% +4pts

- 55-75 ans (48% vs 34%)
- Retraités (29% vs 21%)
- Habitants de communes rurales (28% vs 23%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (57% vs 45%)
- 18-34 ans (17% vs 28%)

Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou moins fréquemment par contrainte

4% +2pts

- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (62% vs 45%)
- Forte contrainte budgétaire (53% vs 33%)
- Actifs occupés (51% vs 58%)

Renouvellement du téléphone tous les 3 à 4 ans

41% -5pts

- 18-34 ans (35% vs 28%)
- Actifs occupés (64% vs 58%)
- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale

Renouvellement du téléphone tous les 2 ans ou plus fréquemment

12% -2pts

- 18-34 ans (36% vs 28%)
- 35-54 ans (47% vs 37%)
- CSP- (37% vs 29%)
- 55-75 ans (17% vs 34%)

Ne disposent pas de smartphone

1% -1pt

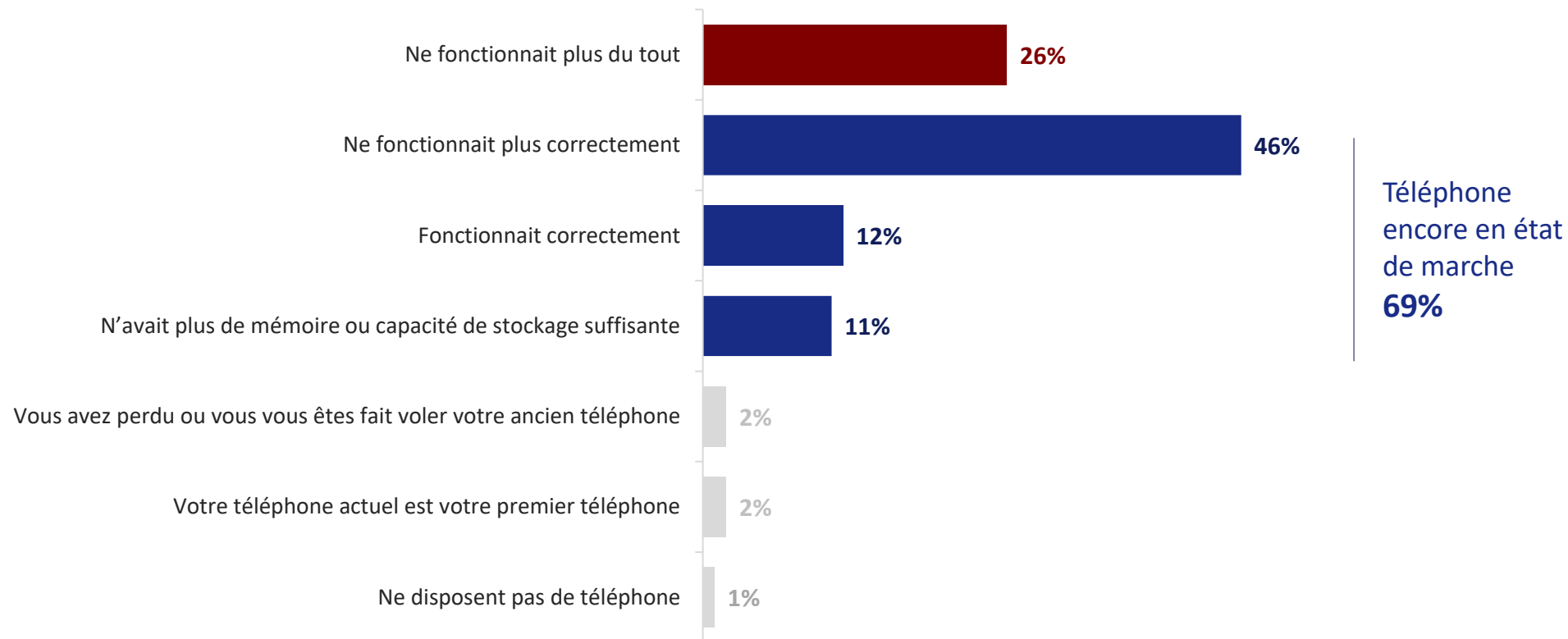
Effectifs faible (n=49)

Sous-total :
Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou moins fréquemment
46% +8pts

Seuls 26% des Français ont attendu que leur ancien smartphone ne fonctionne plus du tout pour le remplacer

La dernière fois que vous avez renouvelé votre téléphone, l'ancien ...

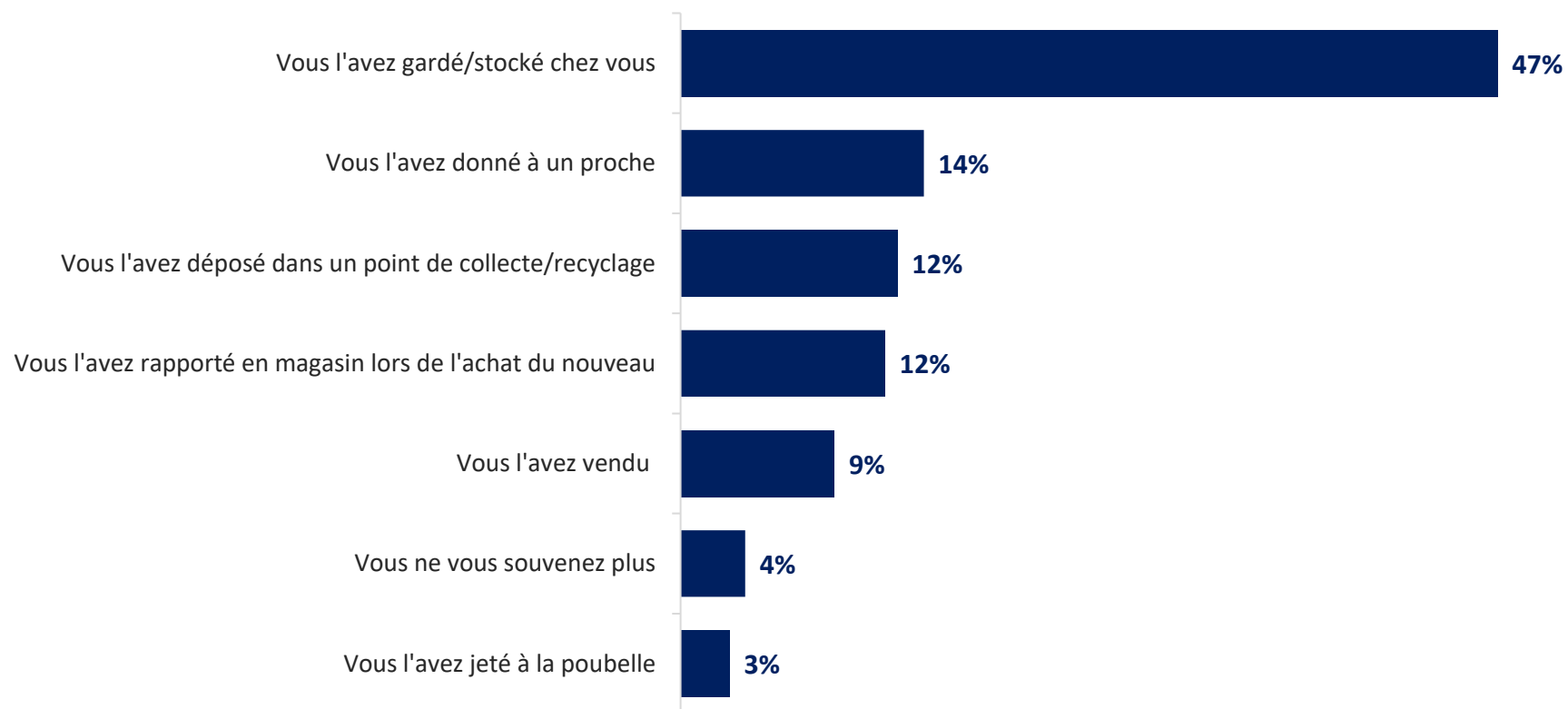
Q93 - Base totale, n = 4000



Dans un cas sur deux, l'ancien téléphone est stocké lors de son remplacement

Et la dernière fois que vous avez renouvelé votre téléphone, qu'avez-vous fait de l'ancien ?

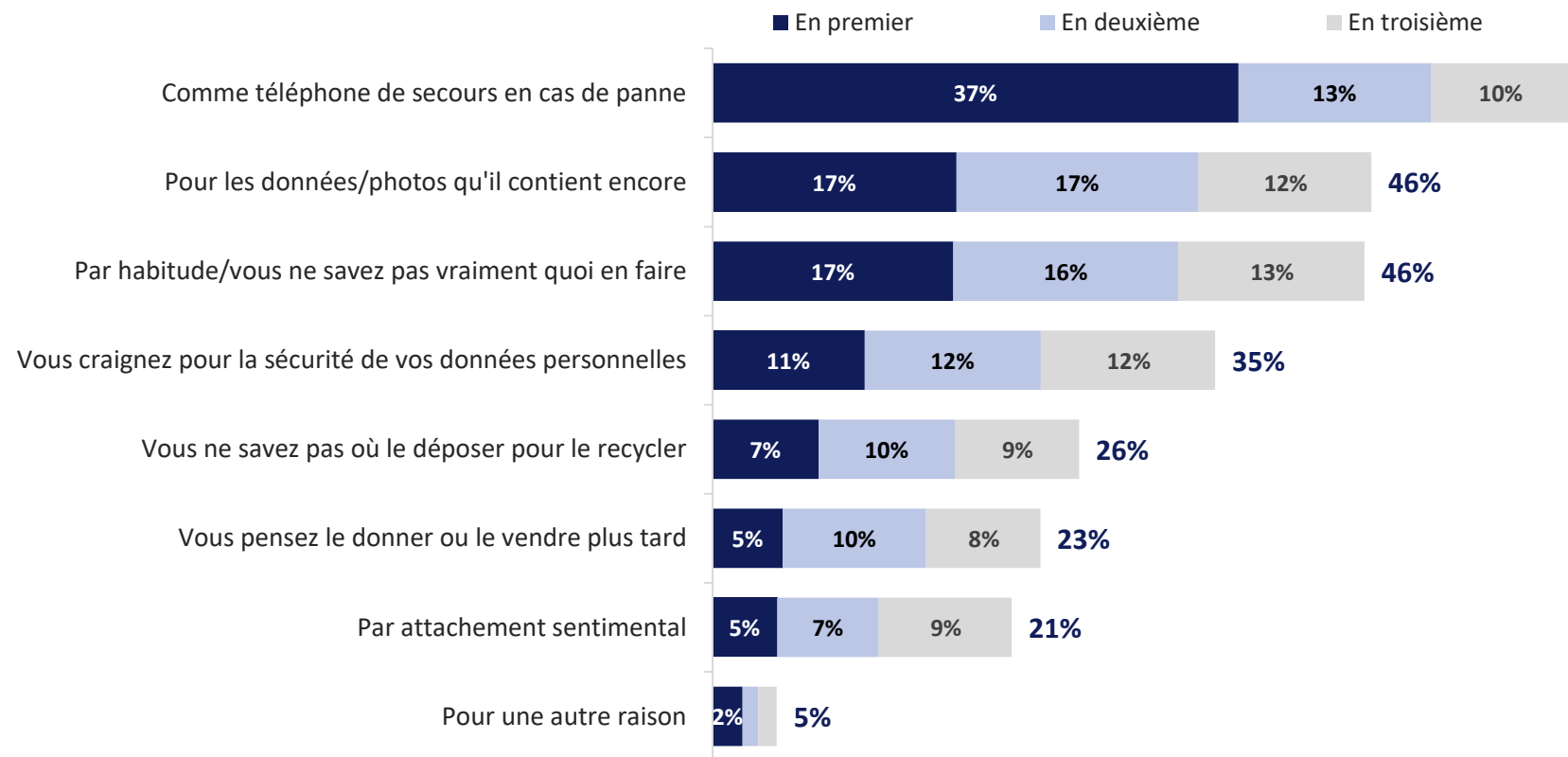
Q94 – Base : a changé de téléphone (hors perdu et volé), n=3823



Conserver son ancien téléphone chez soi « au cas où »

Pour quelle(s) raison(s) conservez-vous votre ancien téléphone ?

Q95 - Base : conservent leur ancien smartphone, n= 1770

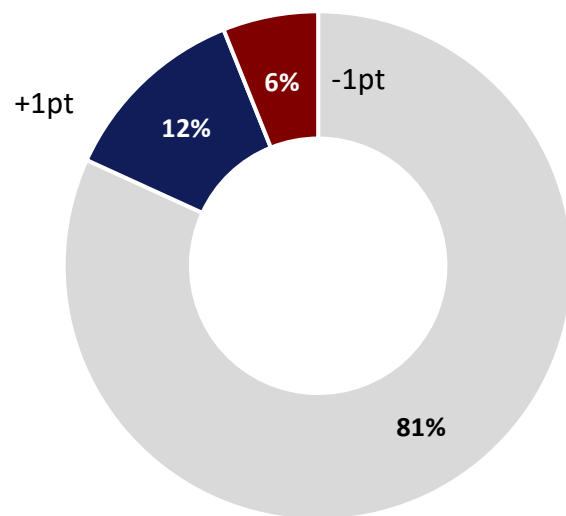


60% → **27%** des Français possèdent donc un téléphone encore en état de marche stocké chez eux

Seuls 6% des Français ont le sentiment de changer de téléphone portable trop souvent ...

Concernant la fréquence à laquelle vous changez de téléphone portable, vous diriez que... ?

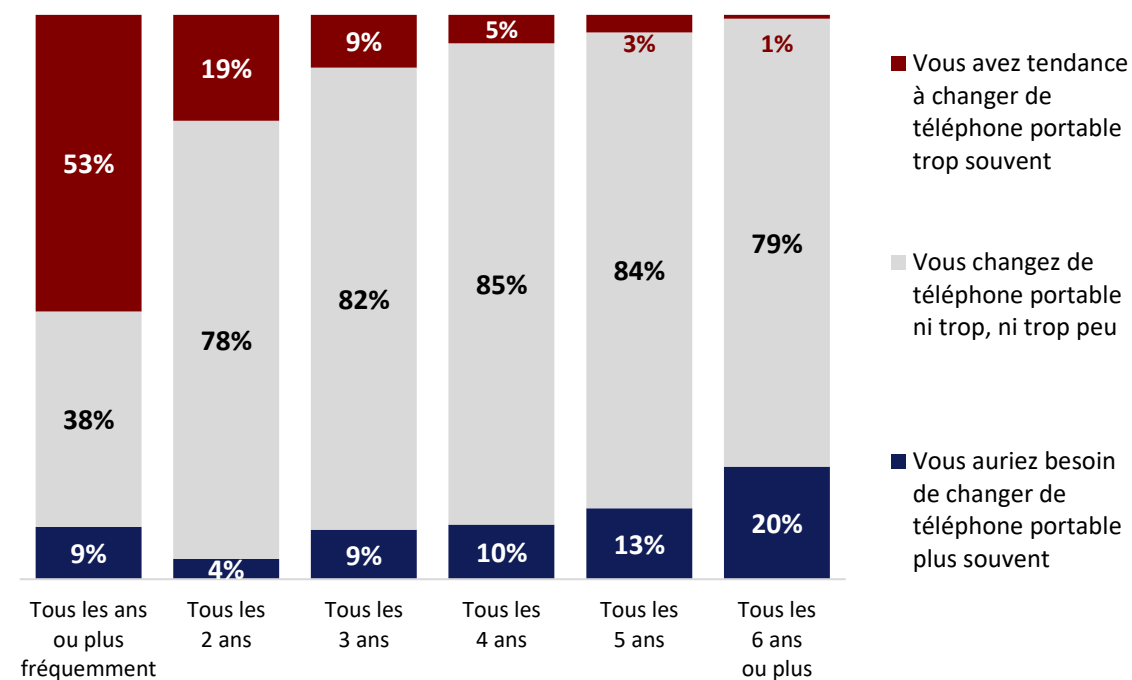
Q87 - Base : disposent d'un téléphone, n= 3951



- Vous changez de téléphone portable ni trop, ni trop peu
- Vous auriez besoin de changer de téléphone portable plus souvent
- Vous avez tendance à changer de téléphone portable trop souvent

Perception de ses habitudes en matière de renouvellement de téléphone selon la fréquence de renouvellement de son téléphone

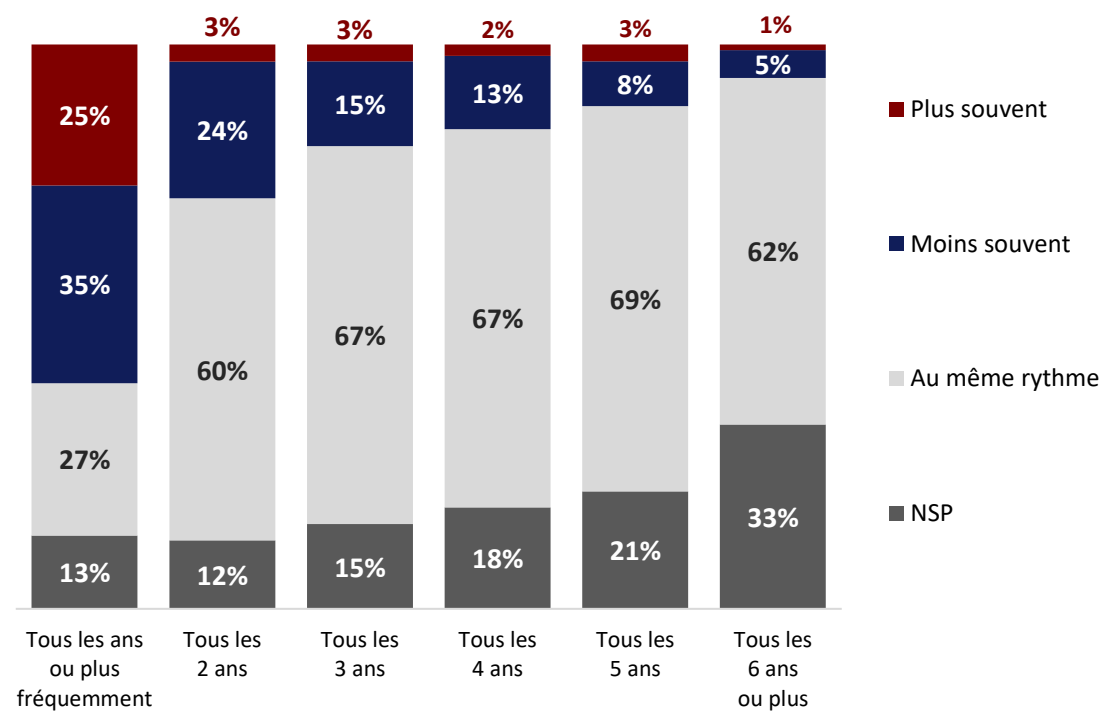
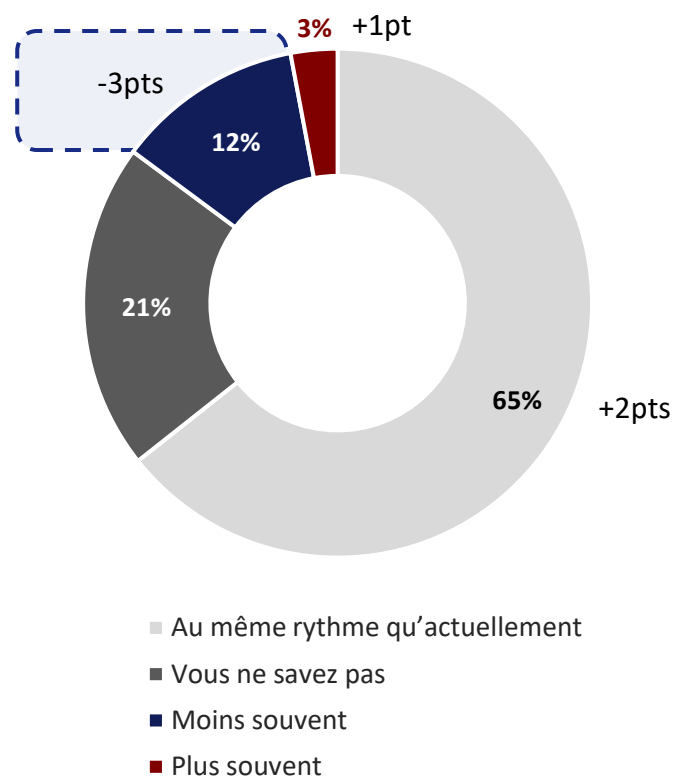
Q87 - Base : disposent d'un téléphone, n= 3951



... et seuls 12% envisagent de réduire la fréquence de renouvellement de leur téléphone

Au cours des prochaines années, envisagez-vous de changer de téléphone portable...

Q88 - Base : disposent d'un téléphone, n = 3951

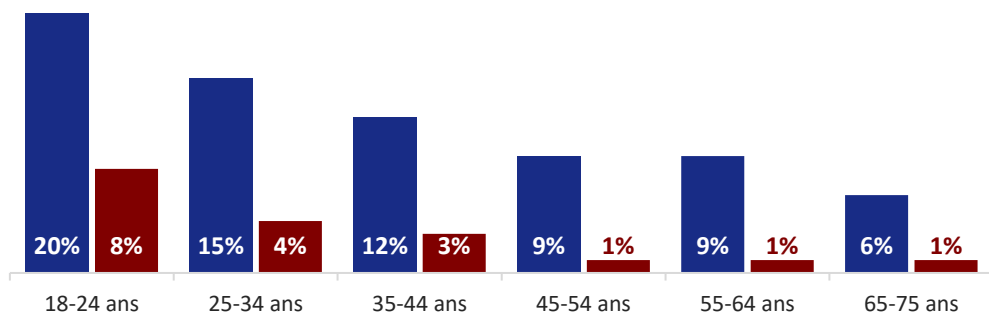


Les jeunes sont plus nombreux à vouloir renouveler moins souvent leur téléphone

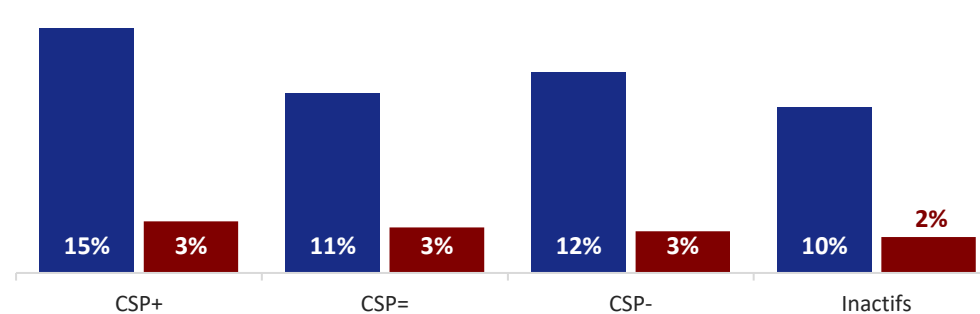
Au cours des prochaines années, envisagez-vous de changer de téléphone portable...

Q88 - Base : disposent d'un téléphone, n = 3951

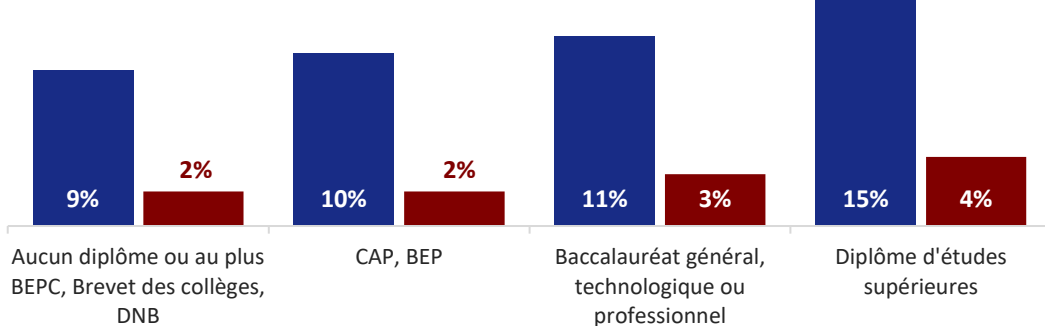
Réduire / augmenter la fréquence de renouvellement
en fonction de l'âge



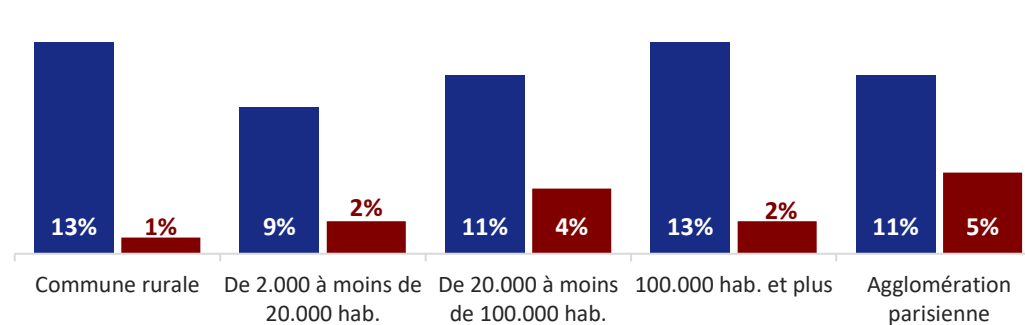
Réduire / augmenter la fréquence de renouvellement
en fonction de la CSP



Réduire / augmenter la fréquence de renouvellement
en fonction du niveau de diplôme



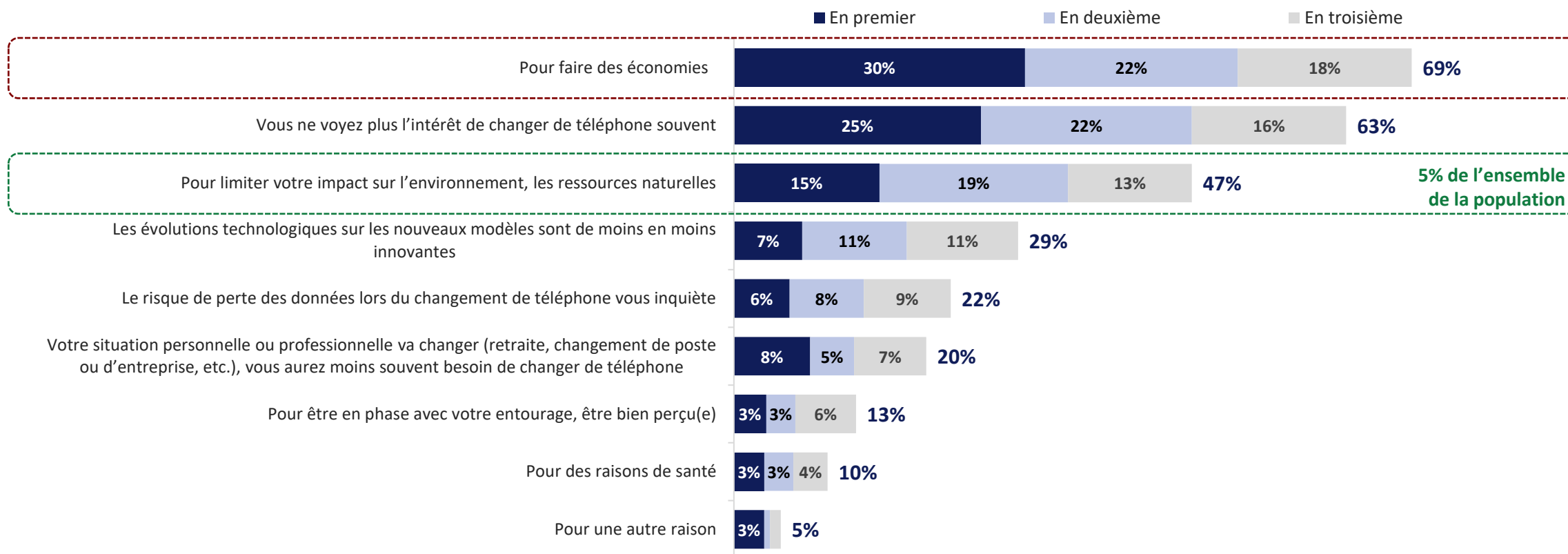
Réduire / augmenter la fréquence de renouvellement
en fonction de la position dans le territoire



Renouveler moins fréquemment : une motivation avant tout économique

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de changer de téléphone portable moins souvent dans les prochaines années ?

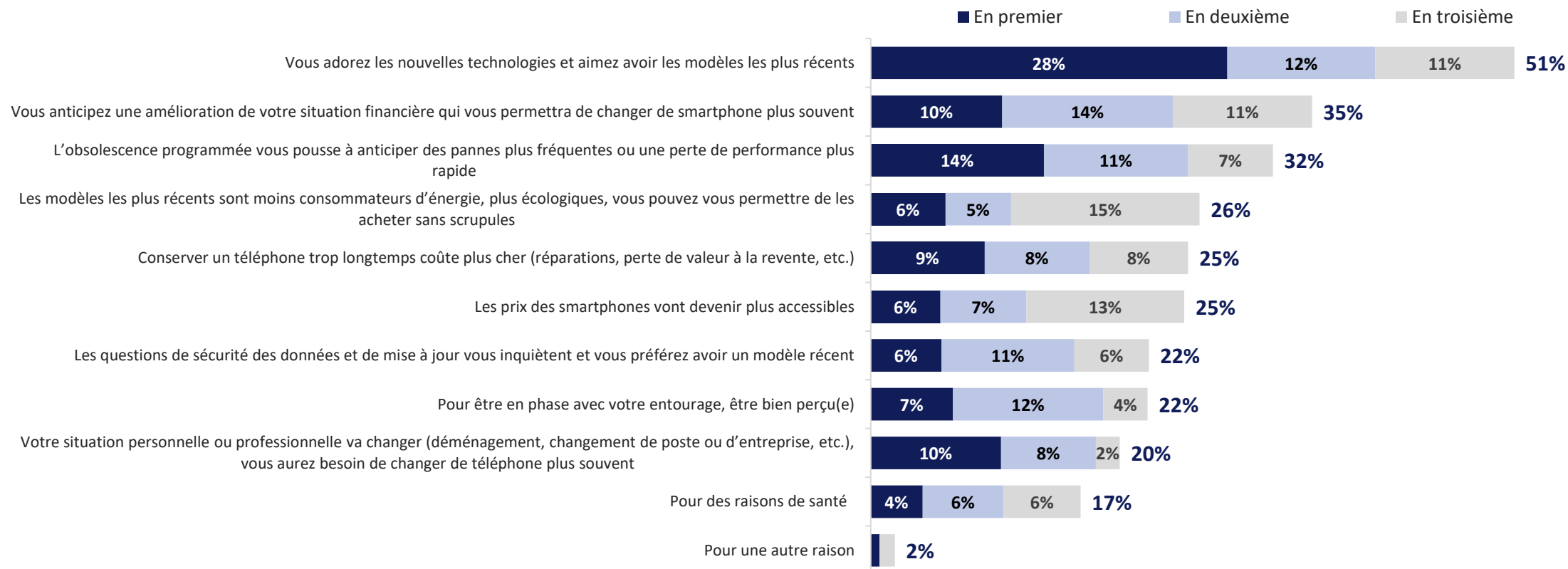
Q89 - Base : envisagent de changer de téléphone portable moins souvent dans les prochaines années, n=464



L'attrait pour les nouvelles technologies est la raison principale au fait d'avoir envie de changer plus fréquemment son téléphone portable

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de changer de téléphone portable plus souvent dans les prochaines années ?

Q90 - Base : envisagent de changer de téléphone portable plus souvent dans les prochaines années, n=86

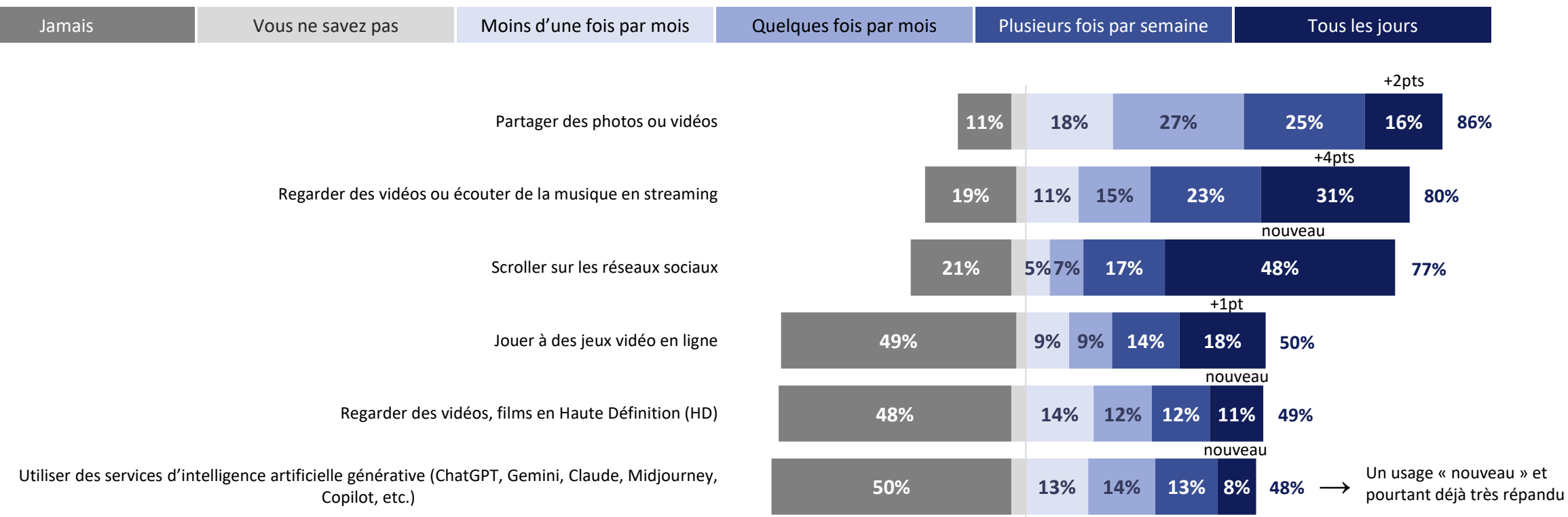


Numérique : Pratiques de consommation digitale

L'intelligence artificielle générative : une adoption particulièrement rapide

Depuis votre smartphone, à quelle fréquence vous arrive-t-il de...

Q96 - Base : disposent d'un smartphone, n= 3710

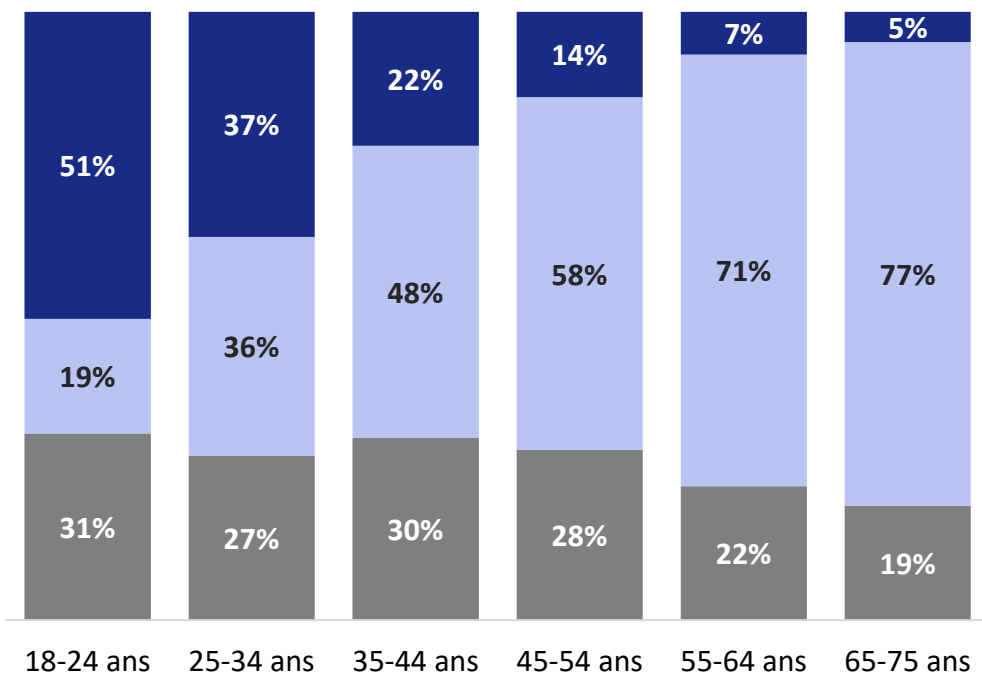


L'usage de l'IA générative particulièrement répandu chez les jeunes et les CSP+

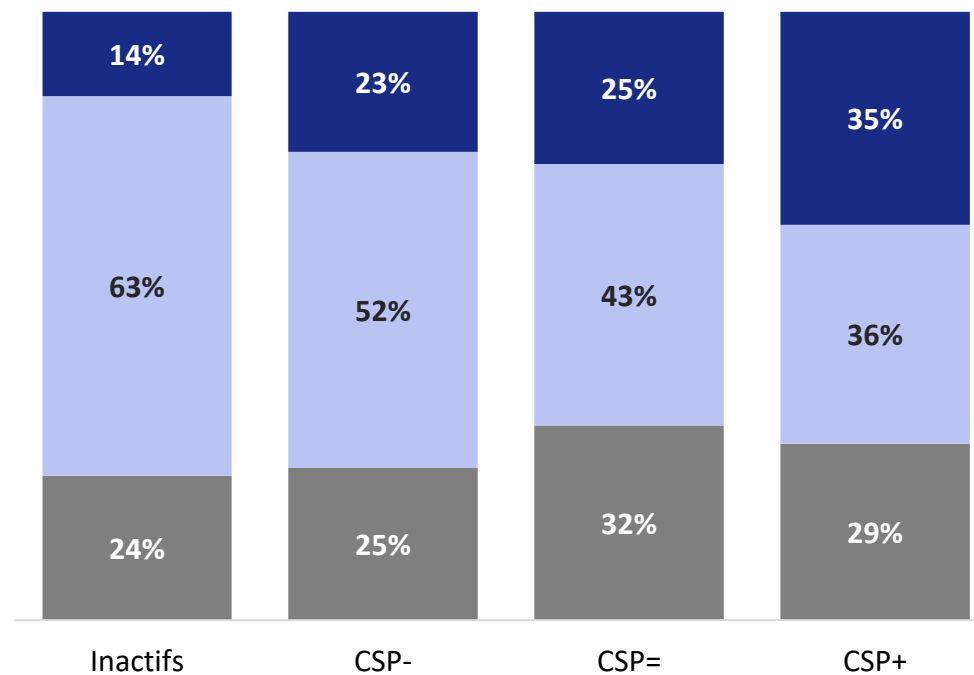
Depuis votre smartphone, à quelle fréquence vous arrive-t-il de...

Q96 - Base : disposent d'un smartphone, n= 3710

Fréquence d'usage de l'IA générative selon l'âge



Fréquence d'usage de l'IA générative selon l'âge

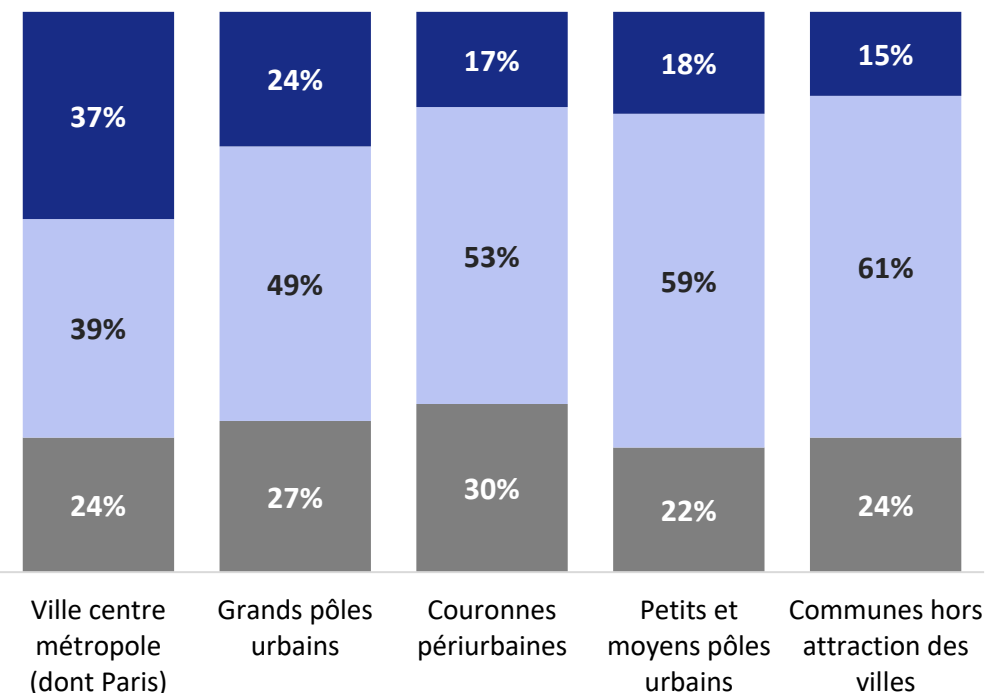


L'usage de l'IA générative : particulièrement urbain

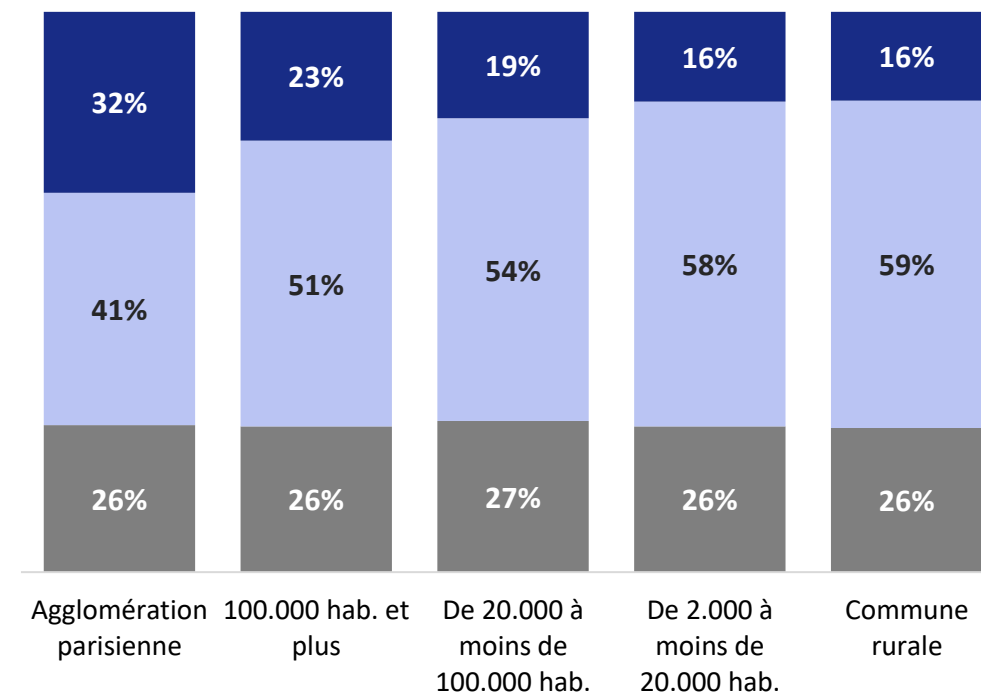
Depuis votre smartphone, à quelle fréquence vous arrive-t-il de...

Q96 - Base : disposent d'un smartphone, n= 3710

Fréquence d'usage de l'IA générative selon le type de territoire



Fréquence d'usage de l'IA générative selon la taille d'agglomération



Alimentation



Alimentation – À retenir

- Les régimes végétariens et végétariens restent marginaux dans la population française, avec moins de 2% d'adeptes.
- 41 % des Français mangent de la viande blanche au moins deux fois par semaine, 12% en mangent tous les jours. C'est 35% pour la viande rouge, dont 12% de consommation quotidienne.
- La consommation de viande diminue globalement avec l'âge : les jeunes adultes en mangent plus fréquemment que les seniors.
- 12 % des Français ne consomment pas ou limitent fortement la viande pour des raisons environnementales, mais les considérations écologiques ne sont qu'un facteur parmi d'autres.
- 30 % des personnes qui réduisent leur consommation de viande le font par contrainte (budgétaire, santé, etc.), contre seulement 1 % parmi celles qui n'en mangent plus du tout.
- 14 % des Français jugent consommer trop de viande, et un quart envisagent d'en manger moins à l'avenir.
- Les raisons principales de la réduction prévue de la viande sont l'économie, la protection de l'environnement et la réduction de la souffrance animale.
- Les profils qui limitent la viande pour l'écologie sont plutôt jeunes (18-34 ans), CSP+, urbains et situés politiquement à gauche. Ceux qui consomment de la viande quotidiennement sont plutôt d'âge intermédiaires (35-54 ans) et au niveau de vie modeste.
- Lors des courses alimentaires, le prix reste de très loin le premier critère de choix, devant la qualité nutritionnelle ou l'origine des produits.
- 44 % des Français déclarent savoir faire un jardin potager et 34 % cuisiner des plats végétariens.

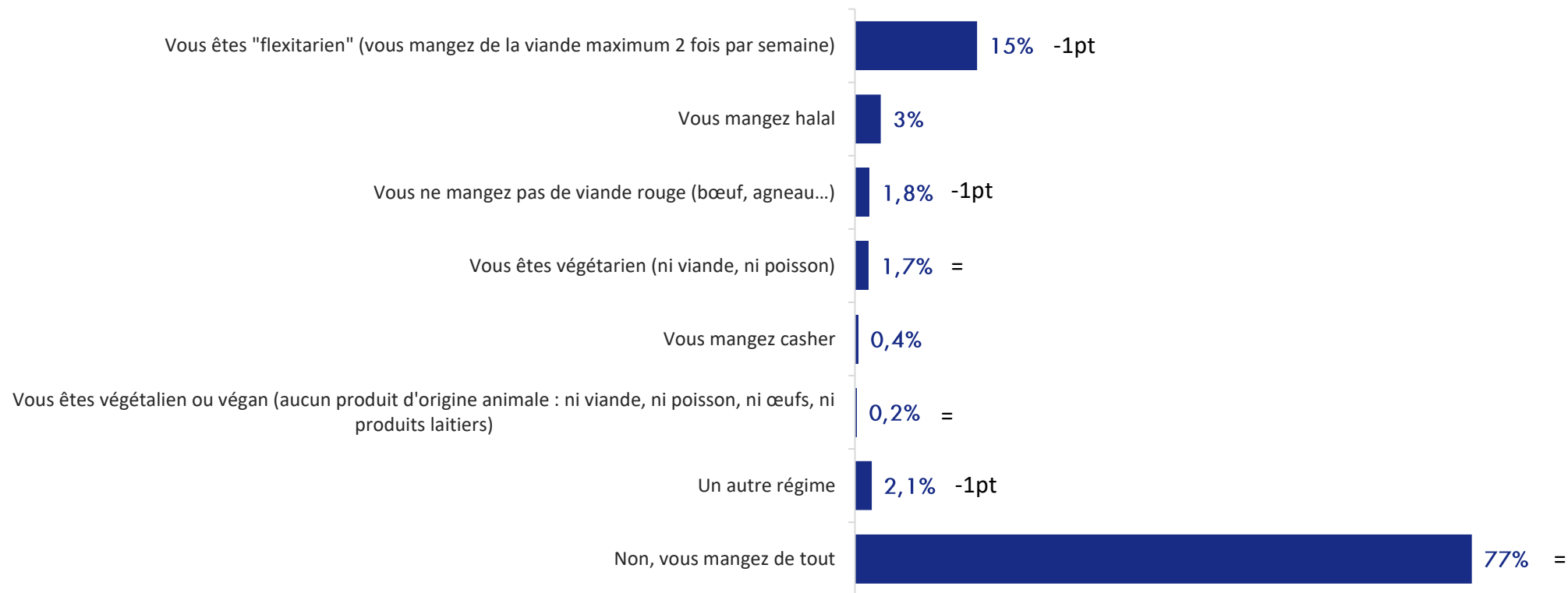
Alimentation : la consommation de viande



Les régimes végétariens / végétariens toujours très peu répandus

Suivez-vous un régime alimentaire spécifique ?

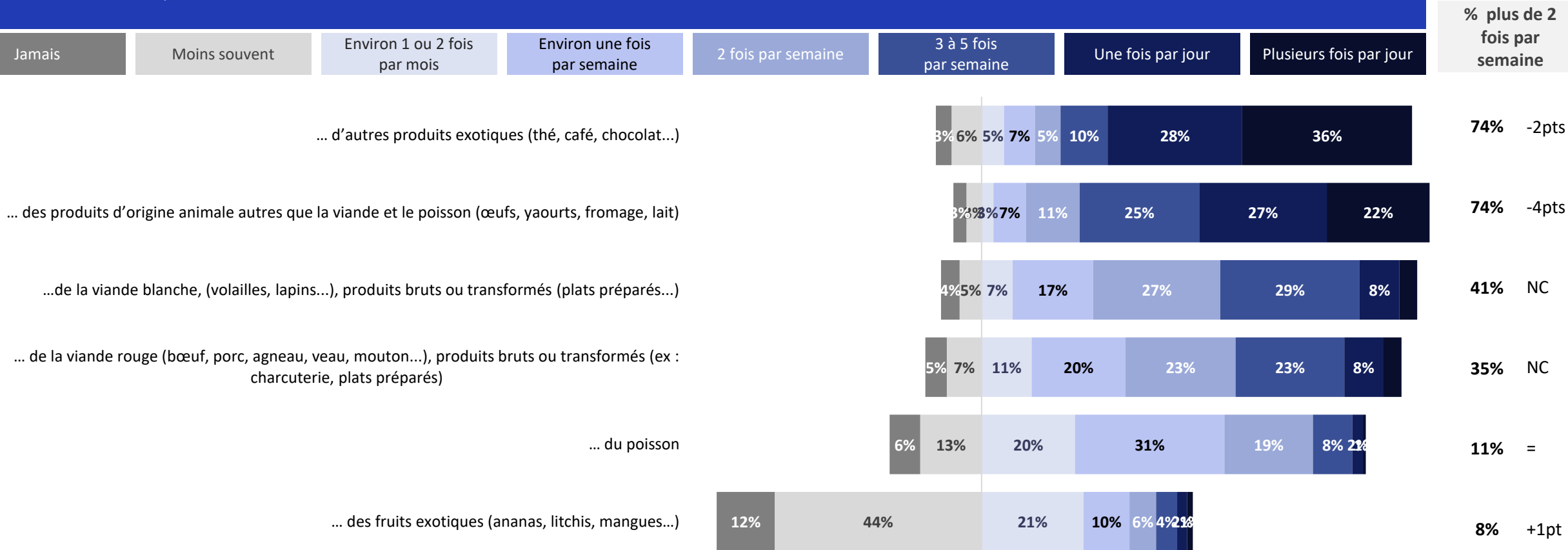
Q47 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles -



La consommation de produits alimentaires

À quelle fréquence consommez-vous (chez vous ou à l'extérieur de votre domicile) ... ?

Q48 - Base totale, n=4000

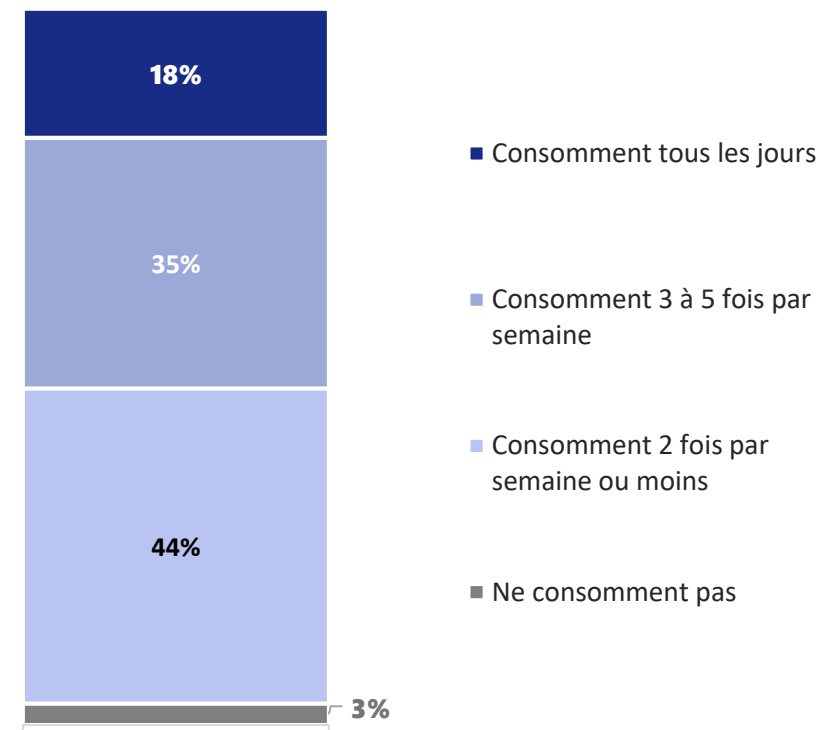
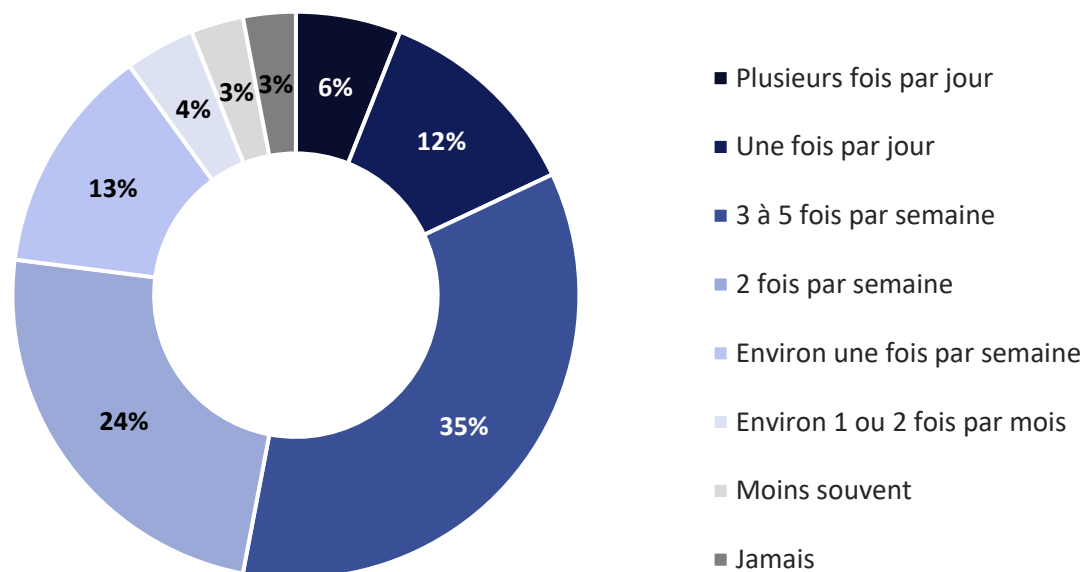


La consommation de viande

À quelle fréquence consommez-vous (chez vous ou à l'extérieur de votre domicile) ... ?

Q48 - Base totale, n=4000

Consommation de viande (blanche ou rouge)

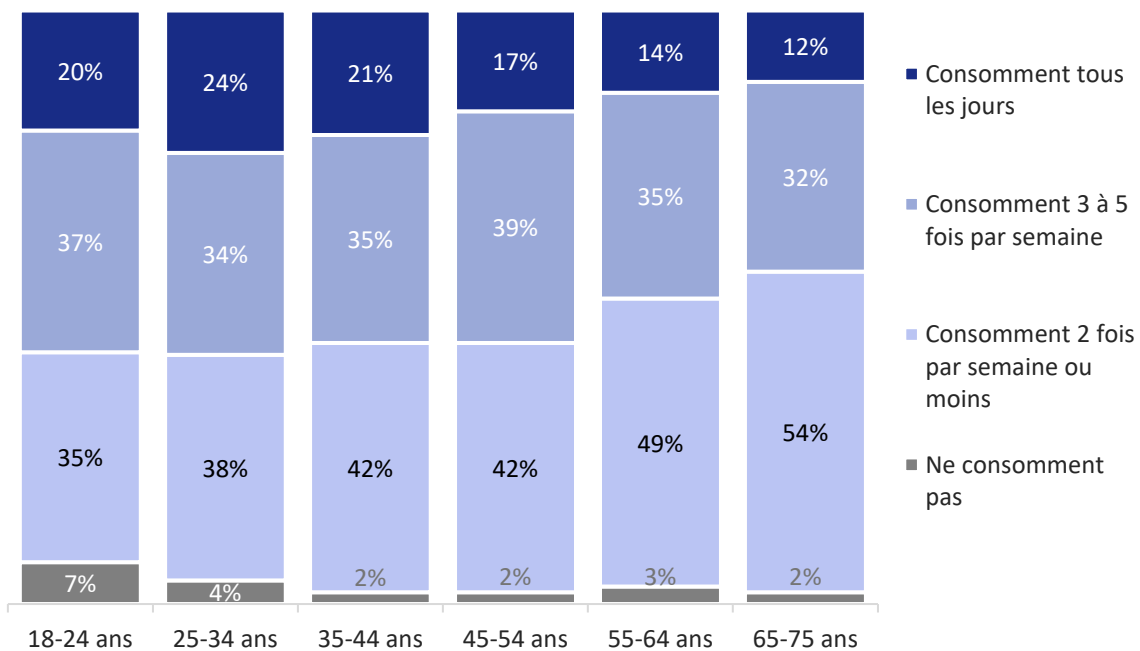


La fréquence de consommation de viande diminue avec l'âge

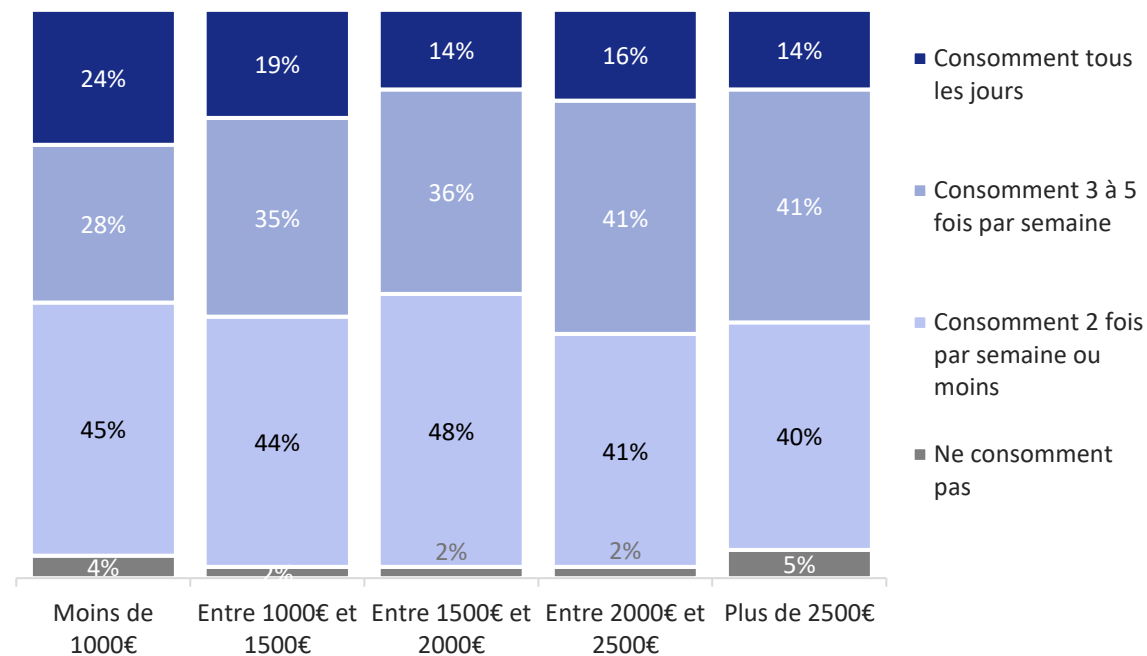
% Consommation de la viande [blanche/rouge] deux fois ou plus par semaine

Q48 - Base totale, n=4000

Fréquence de consommation de viande selon l'âge



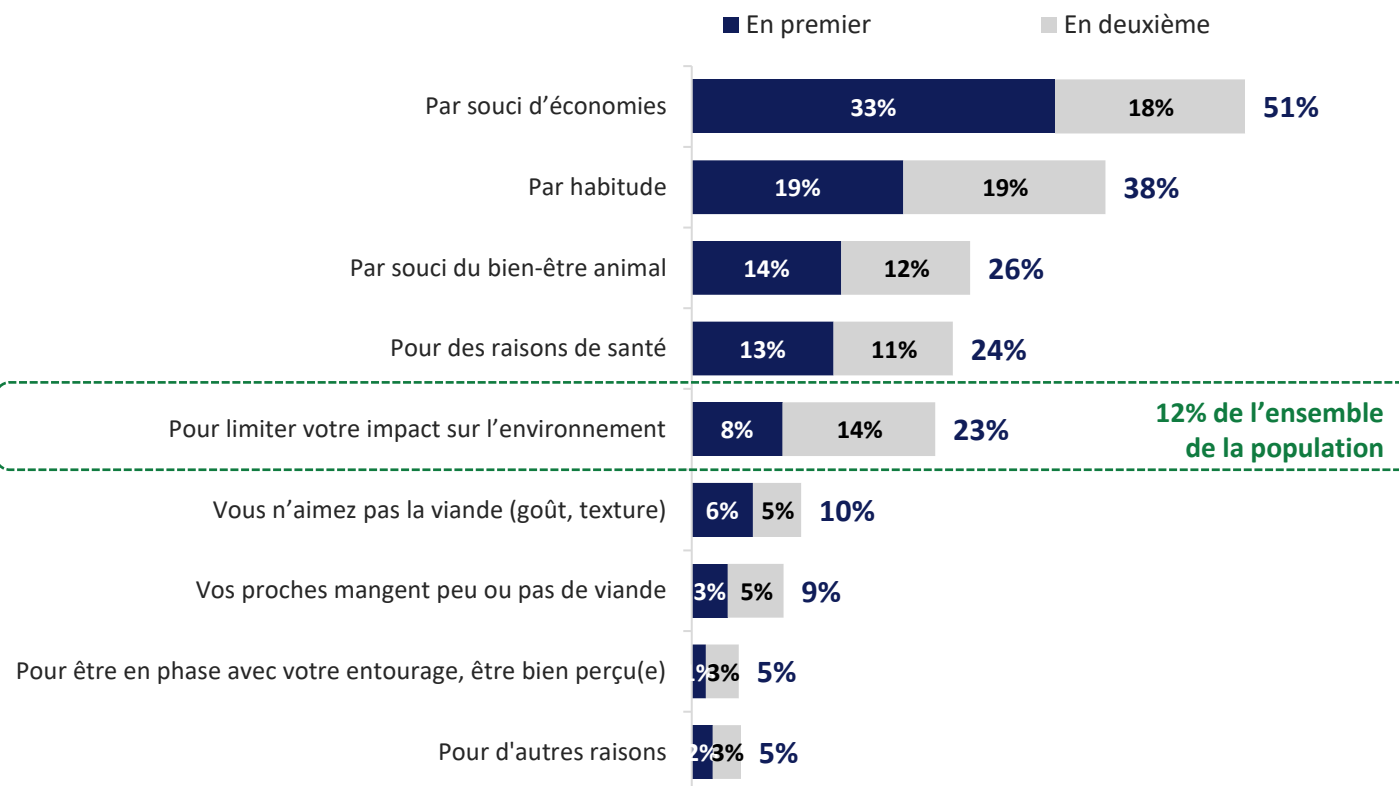
Fréquence de consommation de viande selon le niveau de vie du foyer (revenus mensuels nets par UC)



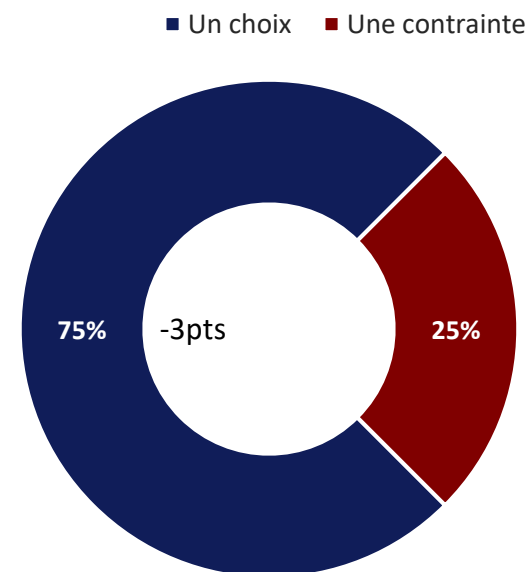
L'environnement : une considération parmi d'autres dans les comportements de limitation de la consommation de viande

Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi de [ne pas manger de viande / limiter votre consommation de viande / de ne pas manger de viande plus de 2 fois par semaine] ?

Q49 - Base : limitent ou ne consomment pas de viande, n=2067



Q50 - Le fait de [ne pas manger de viande / limiter votre consommation de viande / de ne pas manger de viande plus de 2 fois par semaine] est plutôt...



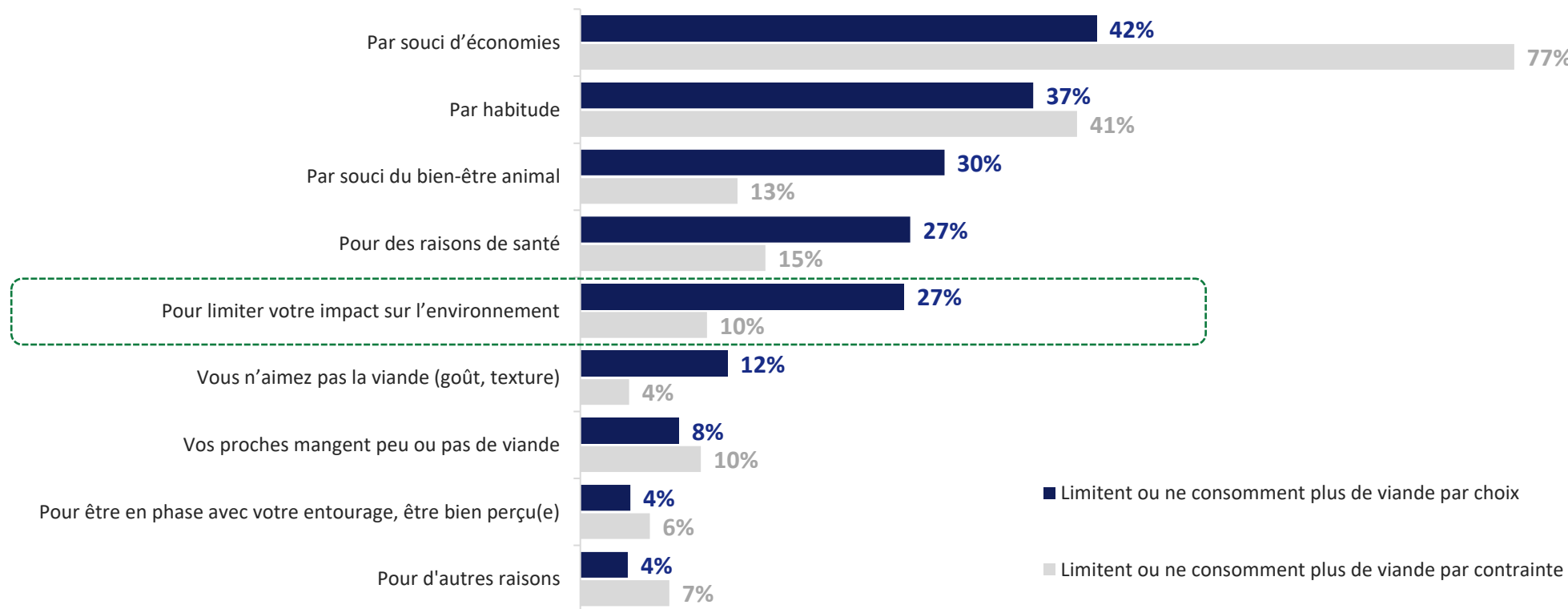
Une contrainte :

- 30% parmi les personnes qui limitent leur consommation de viande
- 1% parmi celles qui n'en mangent pas du tout

Dans un peu plus d'un cas sur quatre, le choix de limiter sa consommation de viande est associé à des considérations environnementales

Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi de [ne pas manger de viande / limiter votre consommation de viande / de ne pas manger de viande plus de 2 fois par semaine] ?

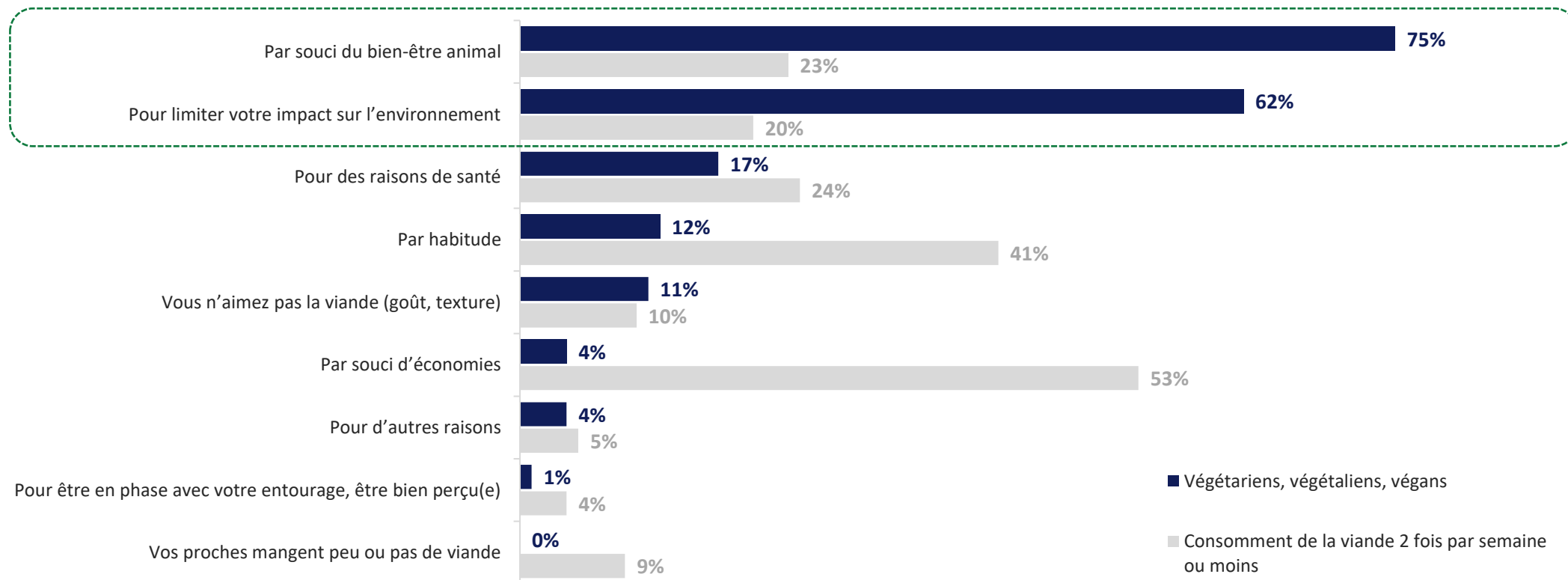
Q49 - Base : limitent ou ne consomment pas de viande, n=2067



Limiter sa consommation et la réduire à zéro : deux démarches très différentes

Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi de [ne pas manger de viande / limiter votre consommation de viande / de ne pas manger de viande plus de 2 fois par semaine] ?

Q49 - Base : ne consomment pas de viande, n=73 / limitent sa consommation de viande, n= 1994



La consommation de viande : segmentation de la population

Base totale, n=4000



Limitent leur consommation de viande* par souci environnemental

9%

- ↗ 18-34 ans (37% vs 28%)
- ↗ CSP+ (22% vs 14%)
- ↗ Habitants de communes urbaines denses (54% vs 41%)
- ↗ Niveau de vie aisé – Supérieur à 2000€ /mois/UC (39% vs 31%)
- ↗ Politiquement « à gauche » (34% vs 15%)

Limitent leur consommation de viande par habitude

14%

- ↗ 55-75 ans (46% vs 34%)
- ↗ Célibataires sans enfant (31% vs 25%)
- ↗ Faible contrainte budgétaire (72% vs 63%)
- ↘ 18-34 ans (20% vs 28%)
- ↘ En couple avec enfant(s) (24% vs 30%)

Limitent leur consommation de viande pour d'autre raison

15%

- ↗ Femmes (61% vs 51%)
- ↗ 55-75 ans (46% vs 34%)
- ↗ Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (50% vs 45%)

Limitent leur consommation de viande par contrainte

13%

- ↗ 35-54 ans (43% vs 37%)
- ↗ CSP- (37% vs 29%)
- ↗ Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (58% vs 45%)
- ↗ Forte contrainte budgétaire (51% vs 33%)
- ↗ Politiquement « très à droite » (21% vs 16%)

Sous-total :
Limitent leur consommation
de viande, voire n'en
consomment pas du tout
51% +1pt

Ne limitent pas leur consommation de viande

32%

= Profil socio-démographique très
similaire à la population générale

Consomment de la viande tous les jours

18%

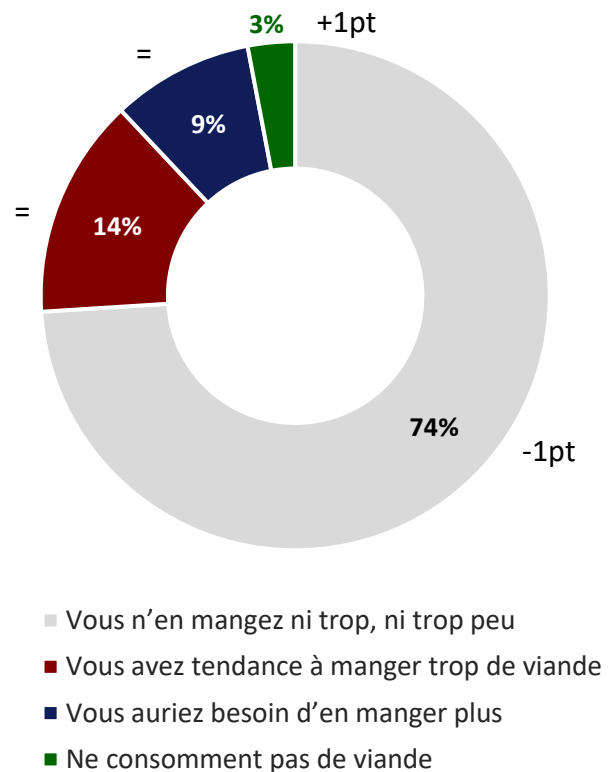
- ↗ 18-34 ans (35% vs 28%)
- ↗ CSP- (33% vs 29%)
- ↗ Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (55% vs 45%)
- ↘ 55-75 ans (25% vs 34%)

* **Remarque** : limiter sa consommation de viande
= végétariens/ végétariens / flexitariens ou
consommation < 2 fois par semaine

14% des Français estiment consommer trop de viande

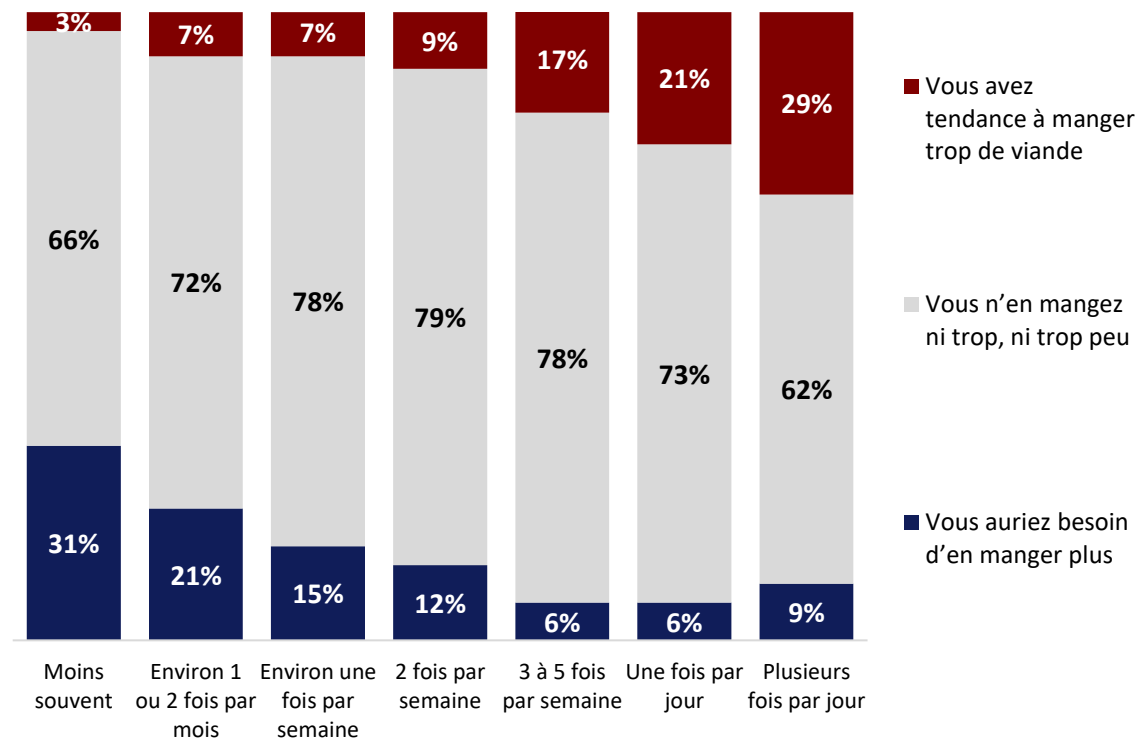
Concernant votre consommation de viande, vous diriez que... ?

Q51 - Base totale, n=4000



Perception de ses habitudes en matière de consommation de viande selon la fréquence de consommation de viande

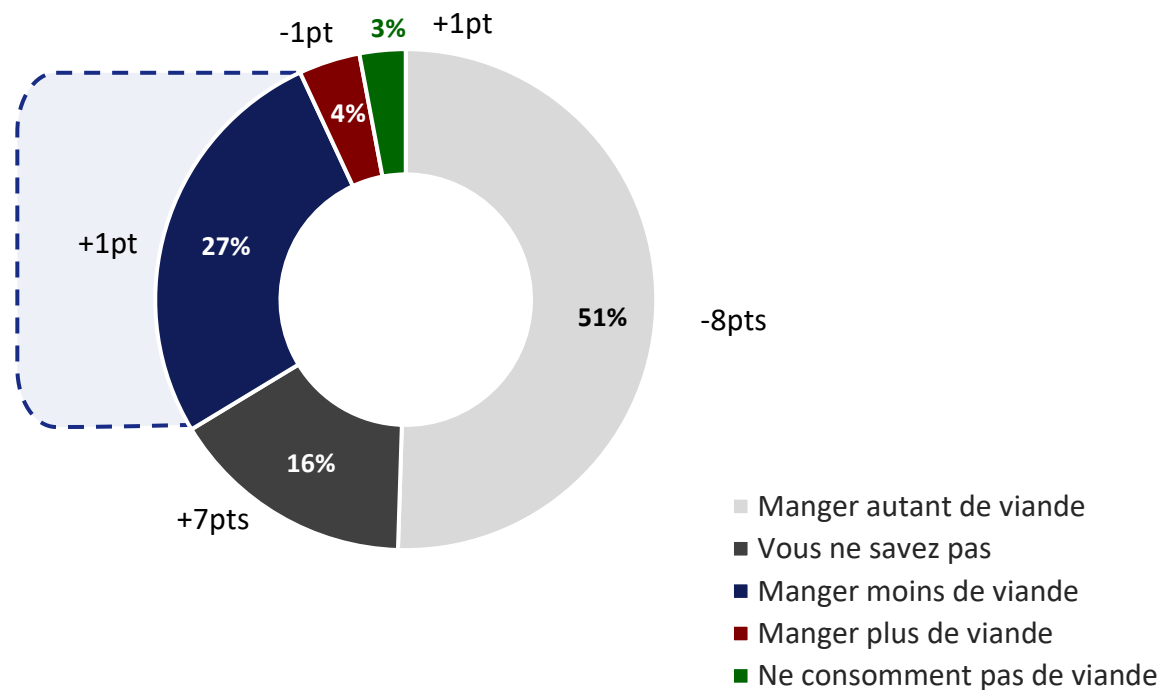
Q51 - Base : consomme de la viande, n= 3879



Plus d'un quart des Français envisagent de consommer moins de viande à l'avenir

Concernant votre consommation de viande, au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q52 - Base totale, n = 4000

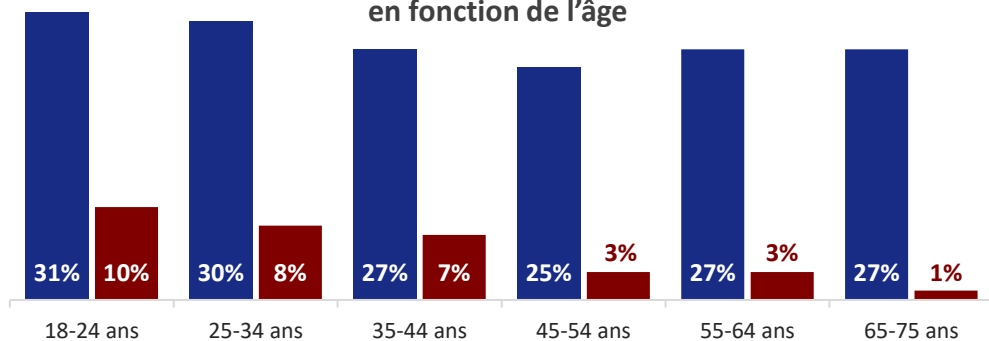


L'anticipation d'une réduction de la consommation de viande est largement partagée au sein de la population française

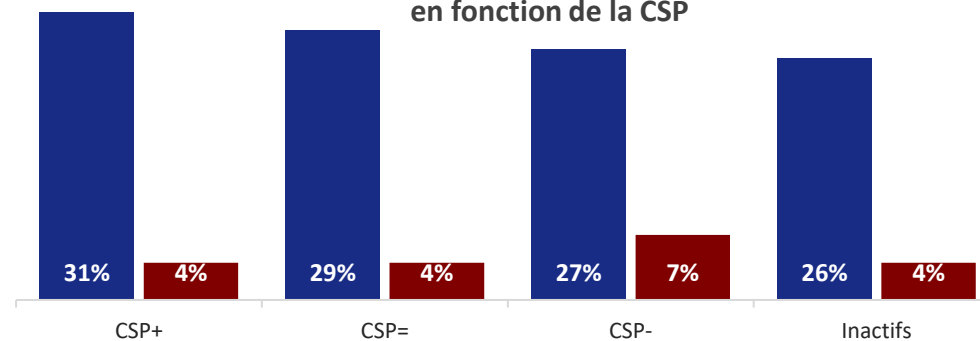
Concernant votre consommation de viande, au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q52 - Base totale, n = 4000

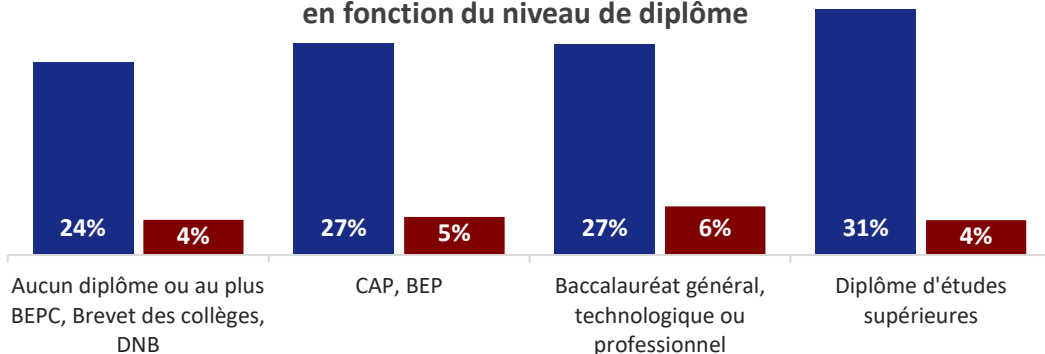
Réduire / augmenter sa consommation de viande en fonction de l'âge



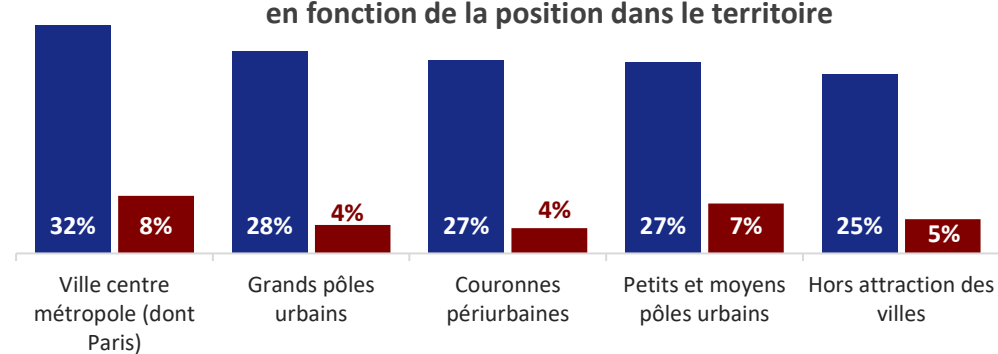
Réduire / augmenter sa consommation de viande en fonction de la CSP



Réduire / augmenter sa consommation de viande en fonction du niveau de diplôme



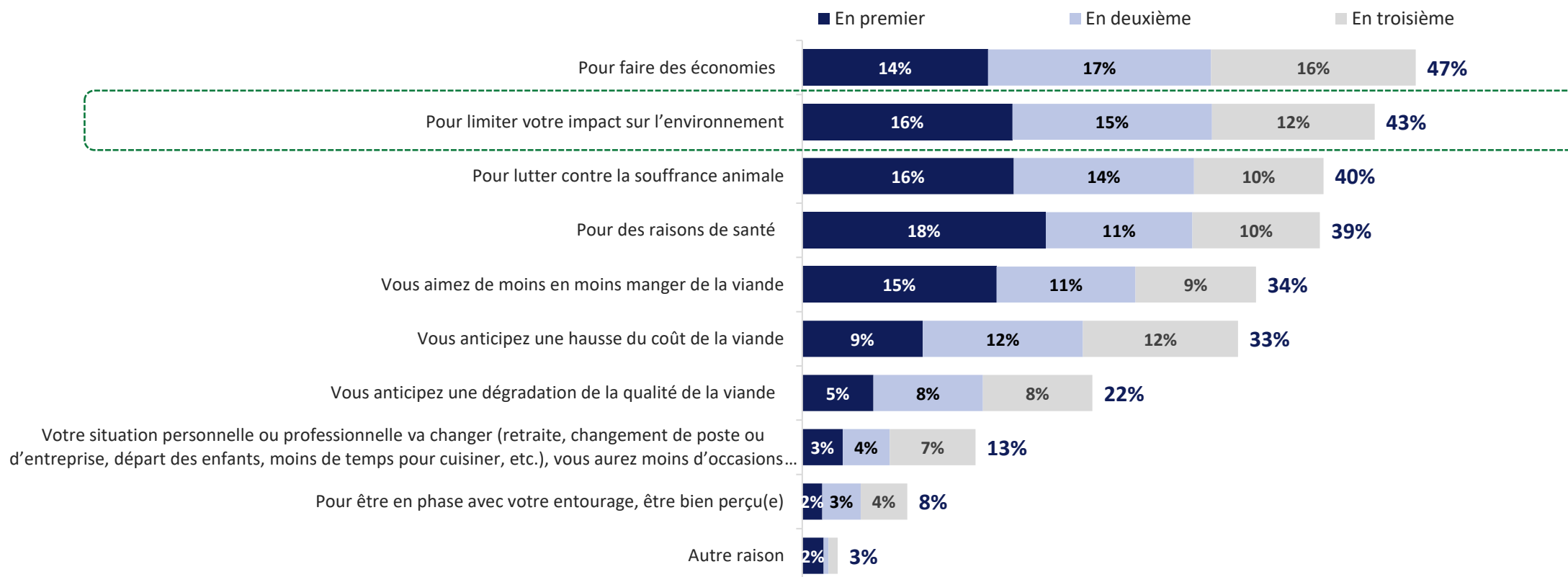
Réduire / augmenter sa consommation de viande en fonction de la position dans le territoire



Réduction de la viande : l'écologie, un motif important

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de manger moins de viande dans les prochaines années ?

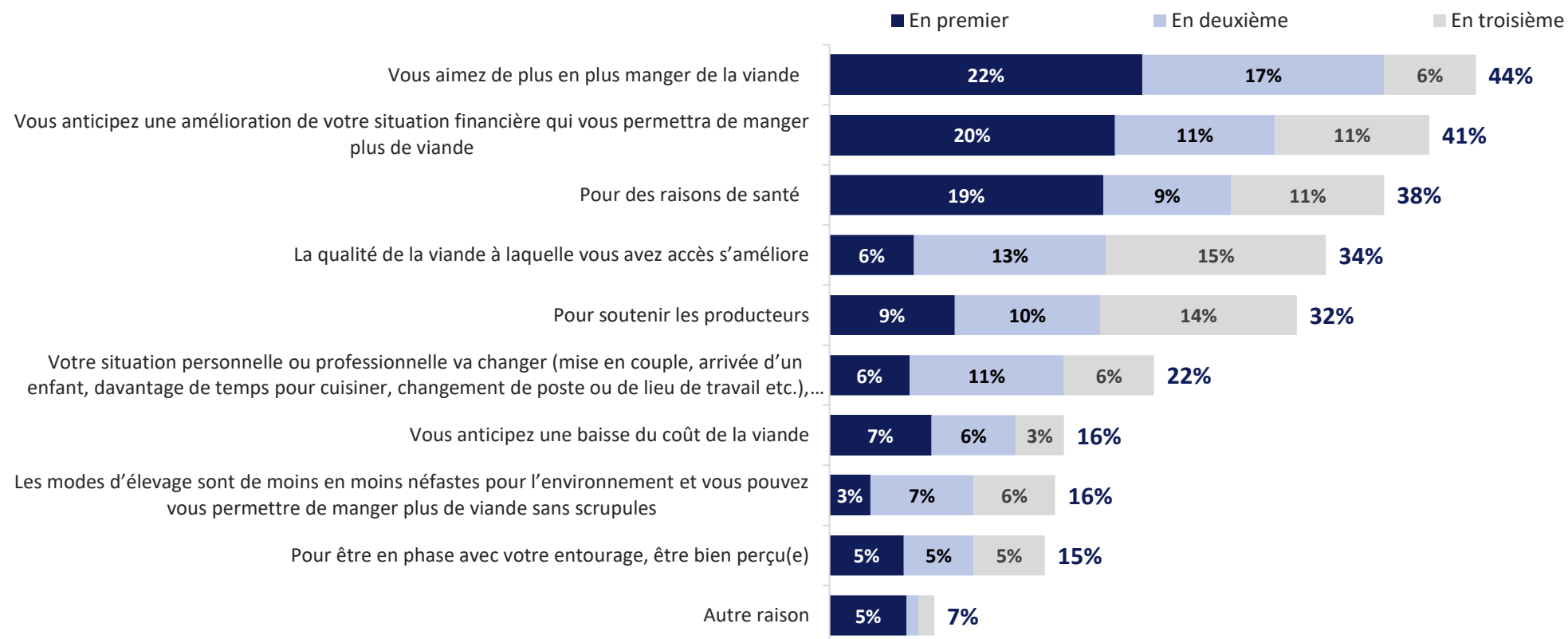
Q53 - Base : envisagent de manger moins de viande dans les prochaines années, n=1074



Augmentation de la consommation de viande : des motifs variés

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de manger plus de viande dans les prochaines années ?

Q53 - Base : envisagent de manger plus de viande dans les prochaines années, n=174

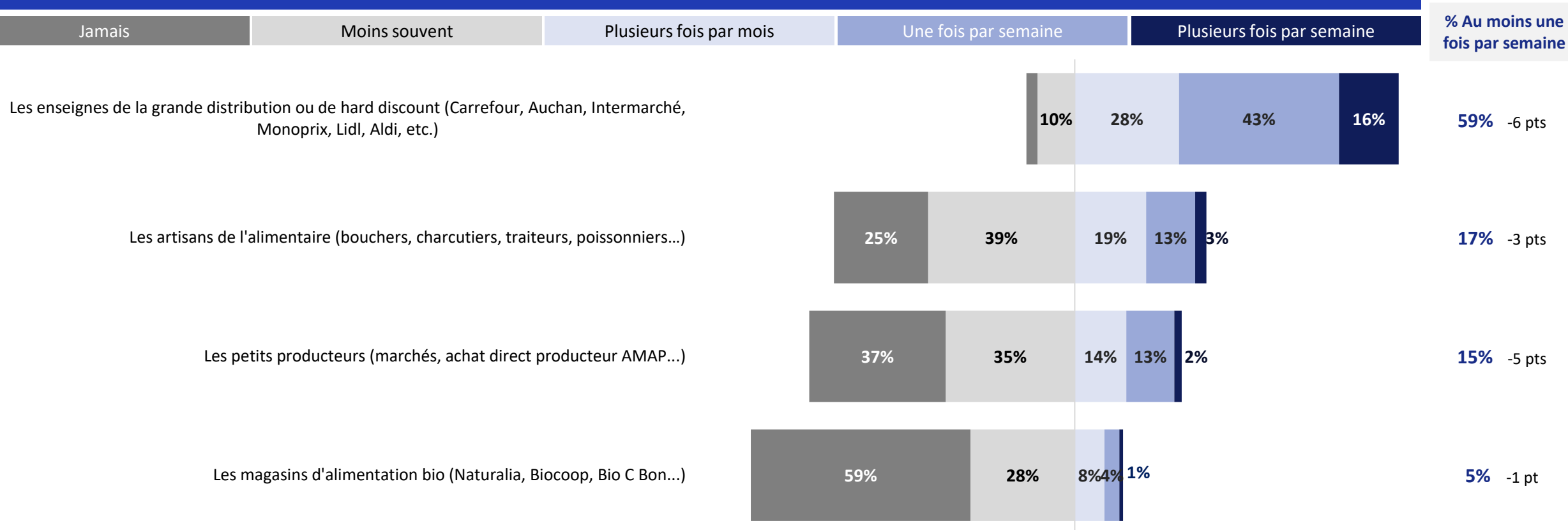


Alimentation : Fréquence et critères d'achat

La fréquence d'achat dans les différents circuits de distribution

Et au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous personnellement réalisé des achats alimentaires chez... ?

Q55 - Base totale, n=4000

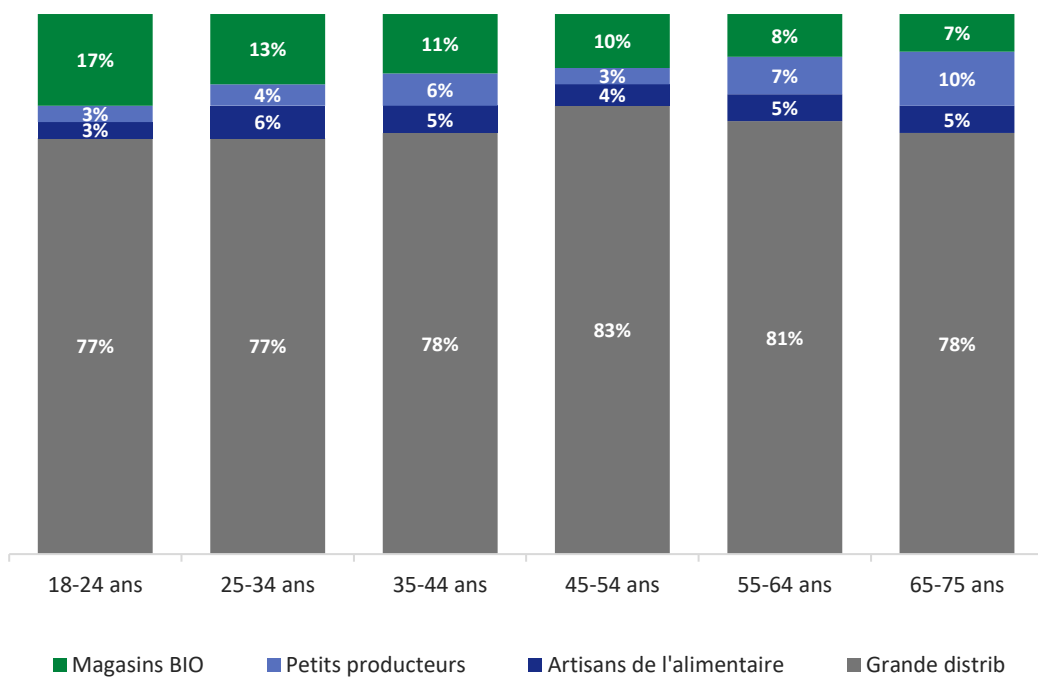


La fréquence d'achat dans les différents circuits de distribution

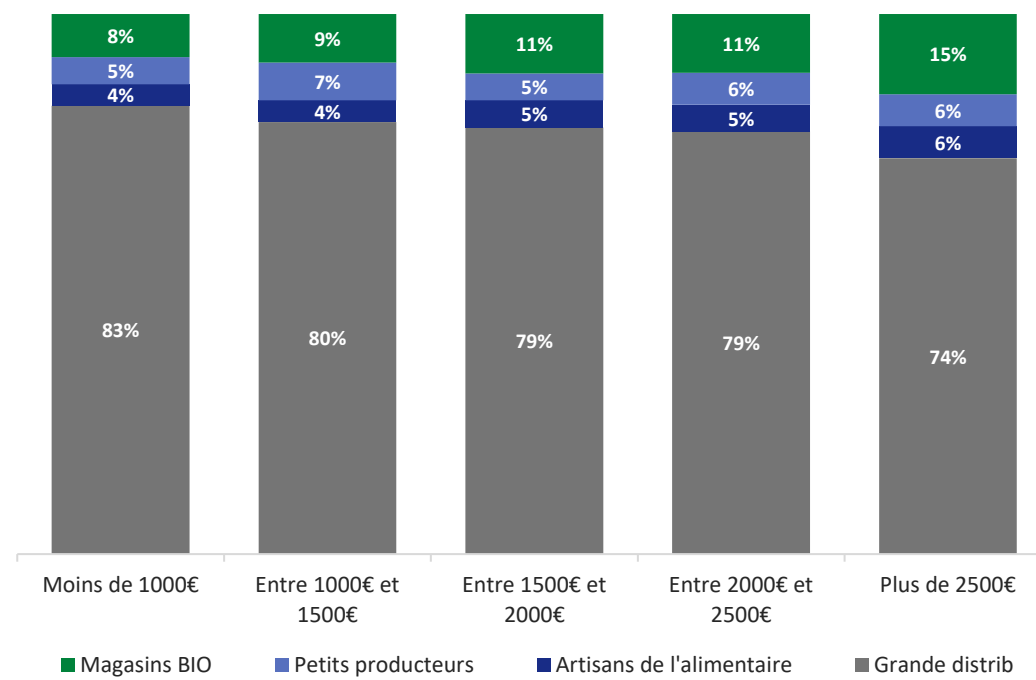
Et au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous personnellement réalisé des achats alimentaires chez... ?

Q55 - Base totale, n=4000

Circuit d'achat le plus fréquenté en fonction de l'âge



Circuit d'achat le plus fréquenté en fonction du niveau de vie (revenus mensuels nets par UC)

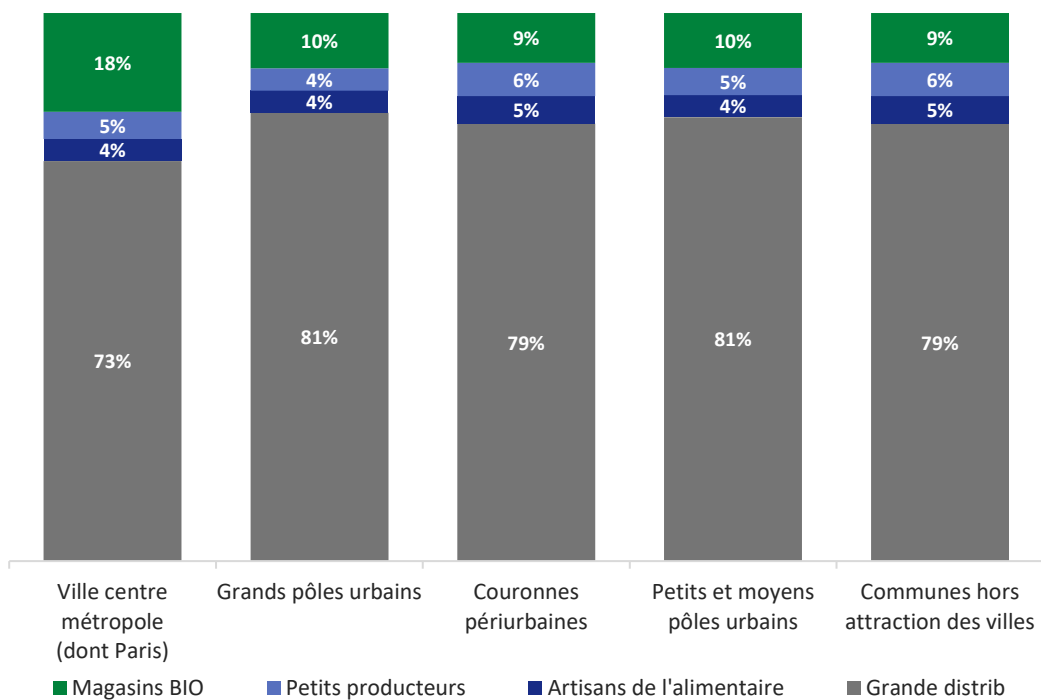


La fréquence d'achat dans les différents circuits de distribution

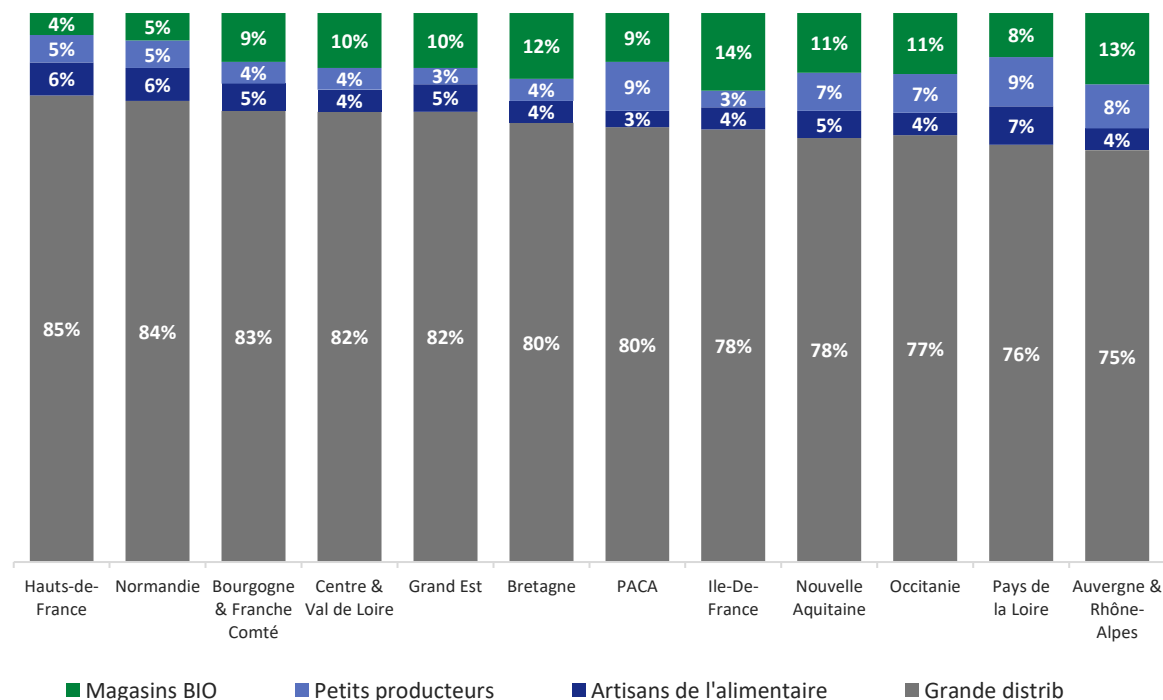
Et au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous personnellement réalisé des achats alimentaires chez... ?

Q55 - Base totale, n=4000

Circuit d'achat le plus fréquenté en fonction du type de territoire



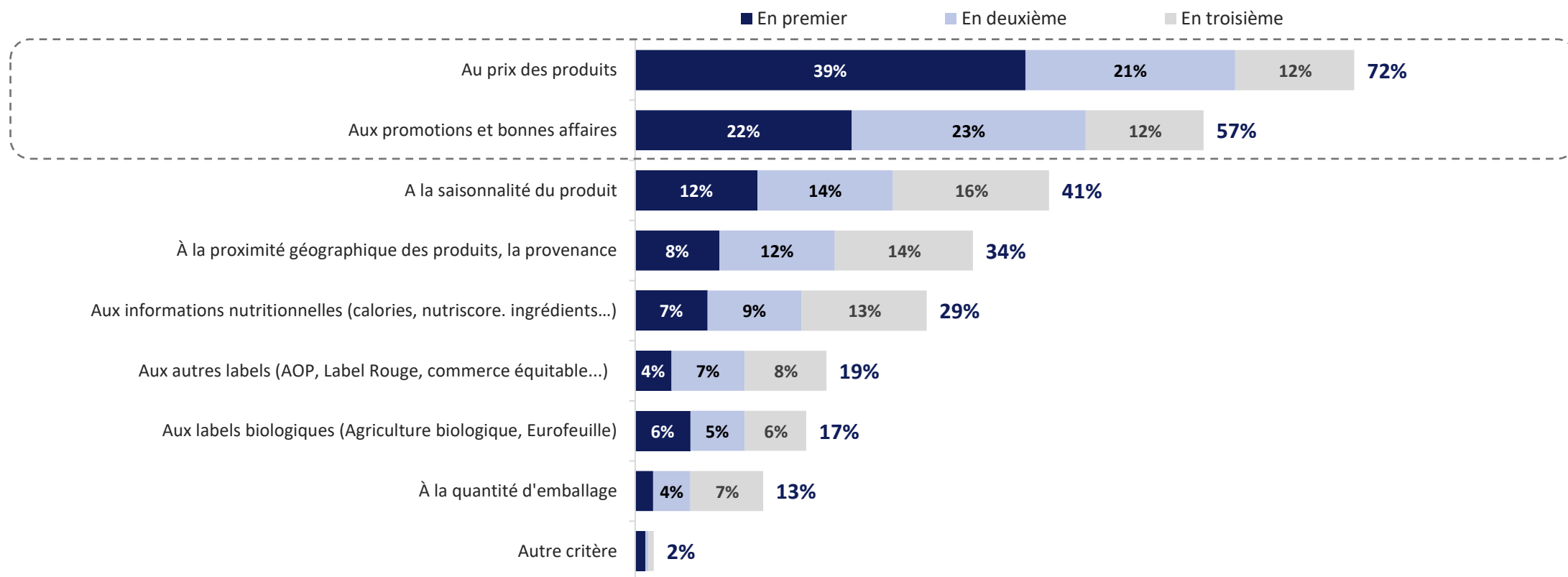
Circuit d'achat le plus fréquenté en fonction de la région



Les points d'attention en matière d'achats alimentaires : le prix domine largement le classement

À quoi faites-vous le plus attention quand vous faites vos courses alimentaires ?

Q114 - Base totale, n = 4000

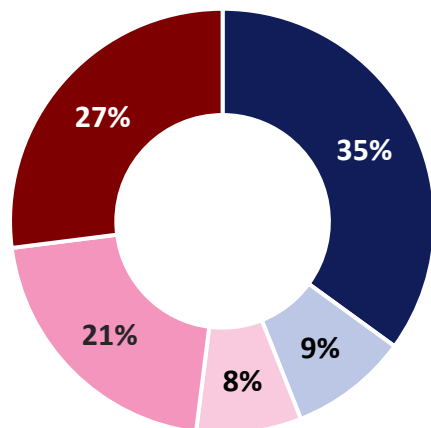


Autoproduction alimentaire

Faites-vous les activités suivantes ?

Q102 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles

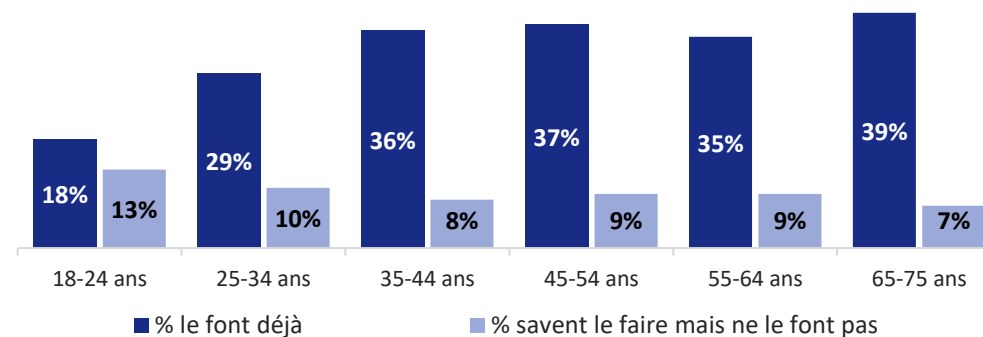
Faire un jardin potager



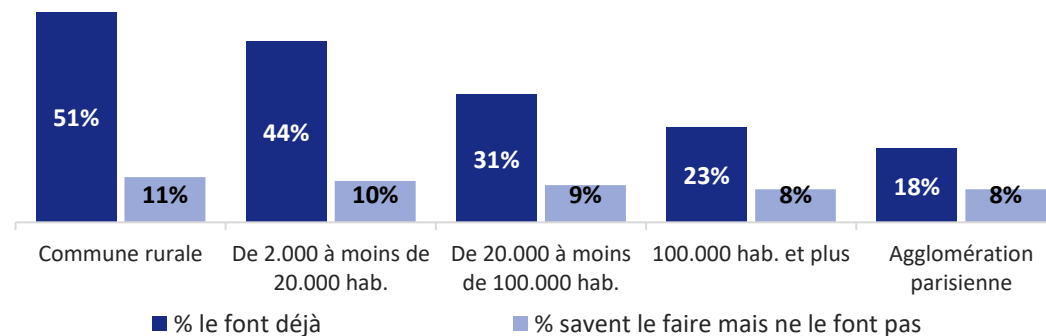
Savent
le faire
44%

- Oui, vous le faites déjà
- Vous savez le faire mais ne le faites pas
- Vous aimeriez le faire mais vous ne savez pas comment vous y prendre
- Non, vous n'avez pas l'espace / l'équipement pour le faire
- Non, ça ne vous intéresse pas

Faire un jardin potager en fonction de l'âge



Faire un jardin potager en fonction de la taille d'agglomération

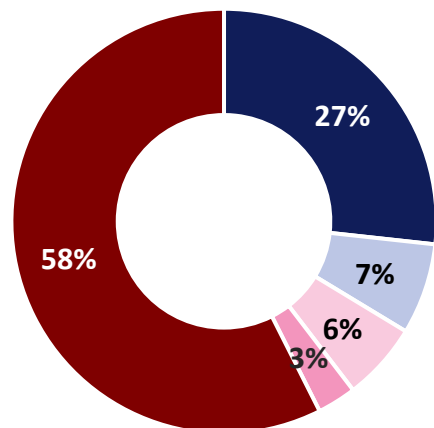


Compétences en matière de cuisine végétale

Faites-vous les activités suivantes ?

Q102 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles

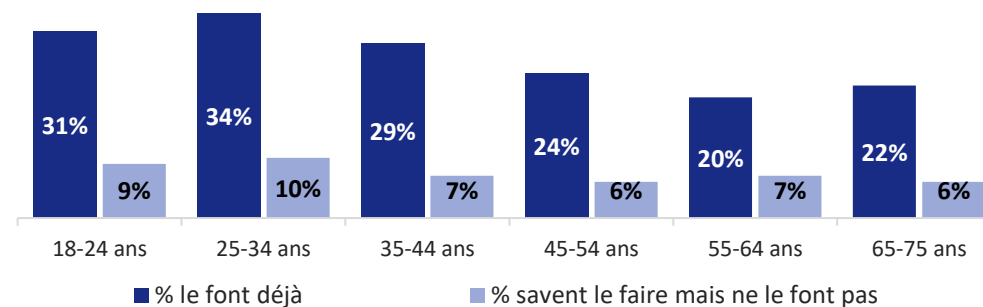
Cuisiner des plats végétariens



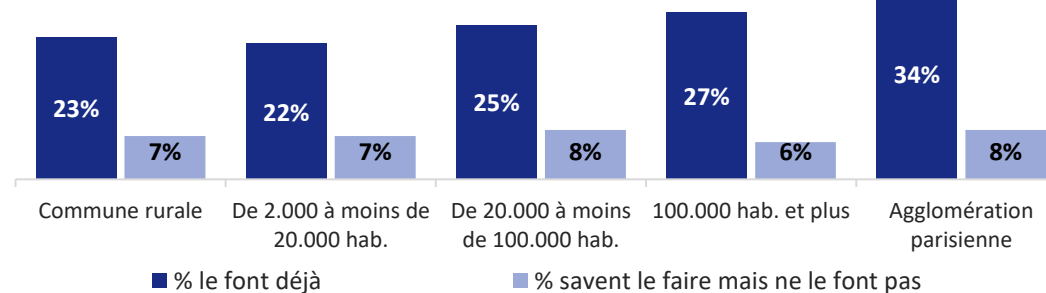
Savent
le faire
34%

- Oui, vous le faites déjà
- Vous savez le faire mais ne le faites pas
- Vous aimeriez le faire mais vous ne savez pas comment vous y prendre
- Non, vous n'avez pas l'espace / l'équipement pour le faire
- Non, ça ne vous intéresse pas

Cuisiner des plats végétariens en fonction de l'âge



Cuisiner des plats végétariens en fonction de la taille d'agglomération

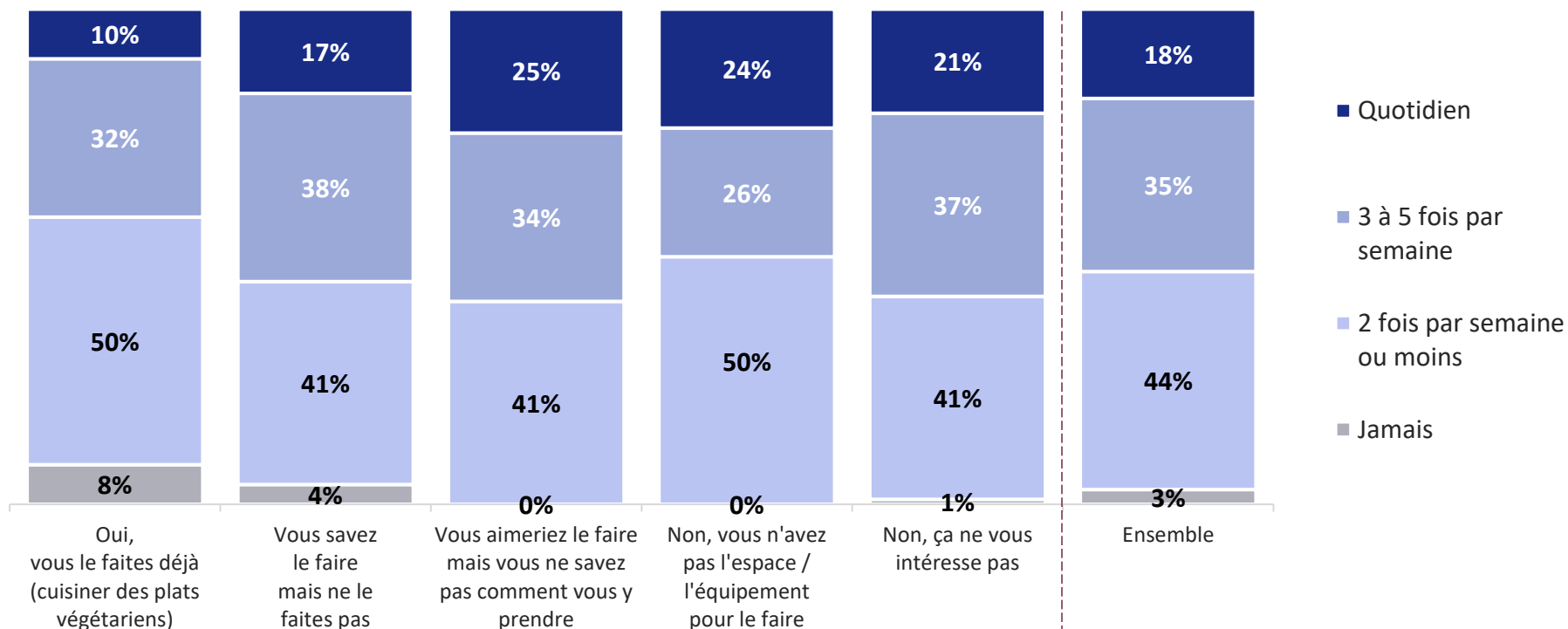


Compétences en matière de cuisine végétale et impact sur la consommation de viande

Faites-vous les activités suivantes ?

Q102 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles

Fréquence de consommation de viande en fonction du fait de cuisiner des plats végétariens



Mobilité



Mobilité – À retenir

- La voiture continue d'occuper une place centrale dans la mobilité des Français. Le taux d'équipement des ménages n'a jamais été aussi élevé qu'aujourd'hui (88% contre 77% au début des années 1990), et 42 % en possèdent deux ou plus ; le parc automobile reste central avec 1,6 véhicule en moyenne par foyer.
- 21 % des voitures principales sont des SUV, en progression. Des modèles plébiscités notamment parmi les ménages aisés et les familles.
- La voiture personnelle demeure le mode de transport principal pour 61 % des Français, loin devant les transports collectifs ou les modes actifs (à l'exception peut-être de la marche : 51%).
- La fiabilité, la motorisation et la consommation de carburant sont les critères les plus importants lors de l'achat du véhicule.
- Près de 40 % des remplacements de voiture s'expliquent par un véhicule devenu inutilisable ou trop coûteux à réparer ; dans un peu moins de 50 % des cas, il s'agit simplement d'un désir de changement.
- Le coût est la première raison pour ne pas posséder de voiture, mais 21 % des ménages sans voiture évoquent un choix environnemental.
- 20 % des automobilistes envisagent de réduire leur usage de la voiture dans les prochaines années, principalement pour des raisons économiques (75%), mais aussi écologiques (56%).
- Les modes de déplacement doux progressent : 20 % des Français se déplacent fréquemment à pied ou à vélo pour des raisons écologiques, mais la plupart du temps il s'agit de raisons de santé (se maintenir en forme) ou par plaisir et/ou praticité.
- 33 % des actifs bénéficient d'avantages professionnels favorisant une mobilité plus sobre (télétravail, vélo de fonction, etc.), mais 39 % disposent encore d'avantages liés à la voiture (parking, voiture de fonction...).
- 8 % des actifs ont pris l'avion pour des raisons professionnelles au cours des 12 derniers mois, avec une moyenne de 2 à 3 trajets par an pour ceux concernés.

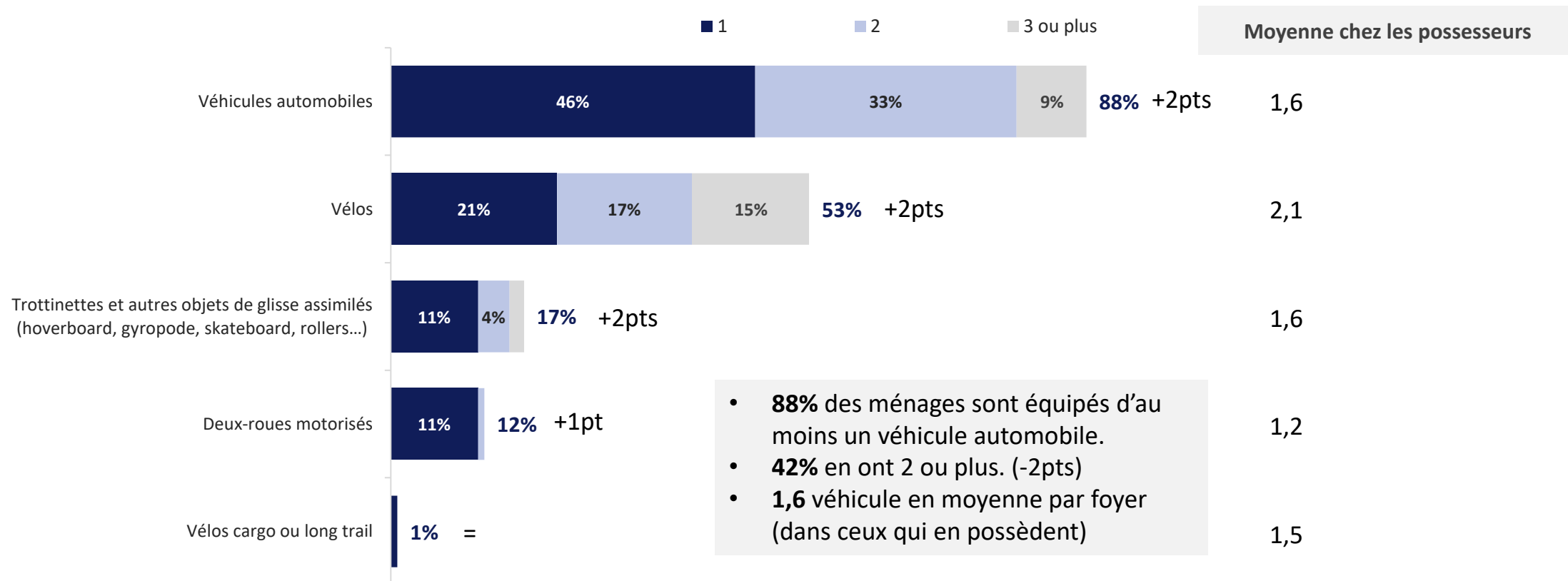
Mobilité : véhicule automobile



Le taux d'équipement en véhicules automobile, toujours supérieur à 85% au sein des ménages

De combien des véhicules suivants disposez-vous au sein de votre foyer (véhicules de fonction ou de service inclus) ?

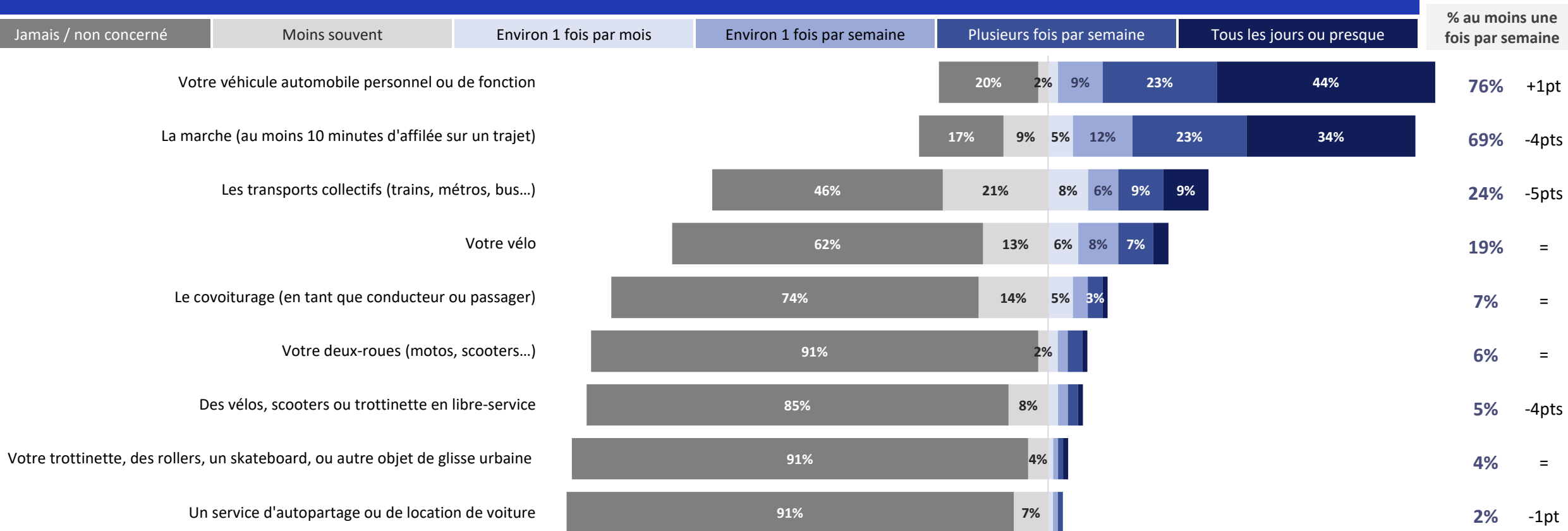
Q11 - Base totale, n = 4000



La voiture occupe une place toujours centrale dans la mobilité du quotidien

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé les modes de transport suivants pour vos déplacements du quotidien (pour vous rendre sur vos lieux d'activité, de travail...) ?

Q18 - Base totale, n=4000



La fréquence d'usage varie beaucoup selon le territoire de résidence

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous utilisé les modes de transport suivants pour vos déplacements du quotidien (pour vous rendre sur vos lieux d'activité, de travail...) ?

Q18 - Base totale, n=4000

Jamais / non concerné

Moins souvent

Environ 1 fois par mois

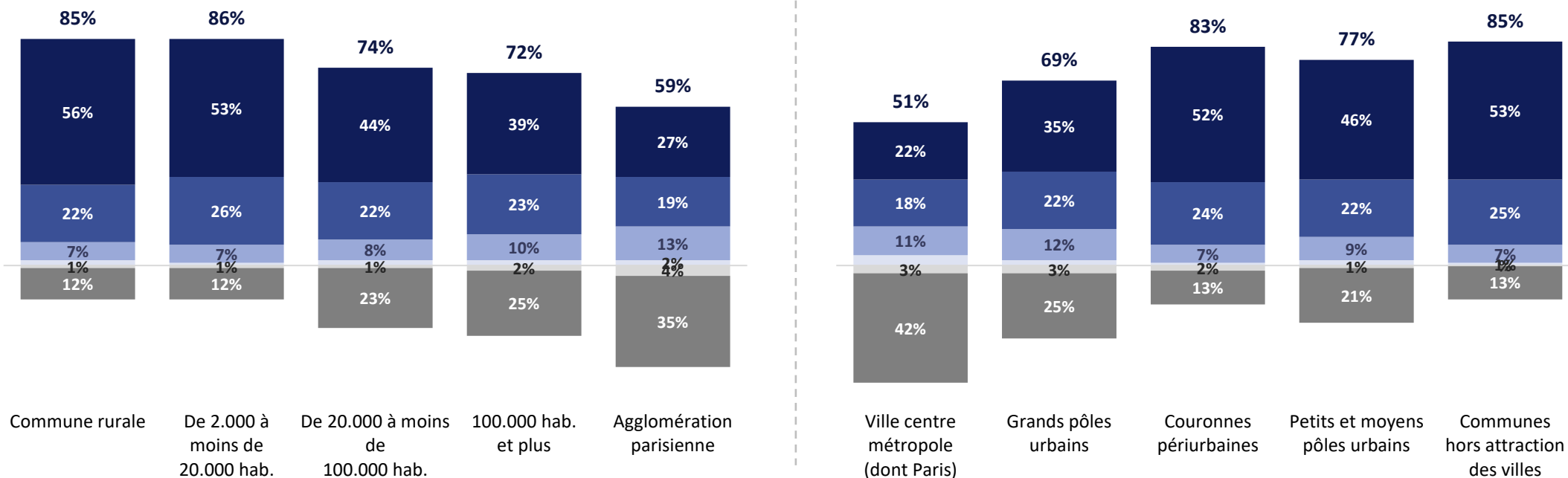
Environ 1 fois par semaine

Plusieurs fois par semaine

Tous les jours ou presque

Fréquence d'usage de sa voiture personnelle selon la taille d'agglomération

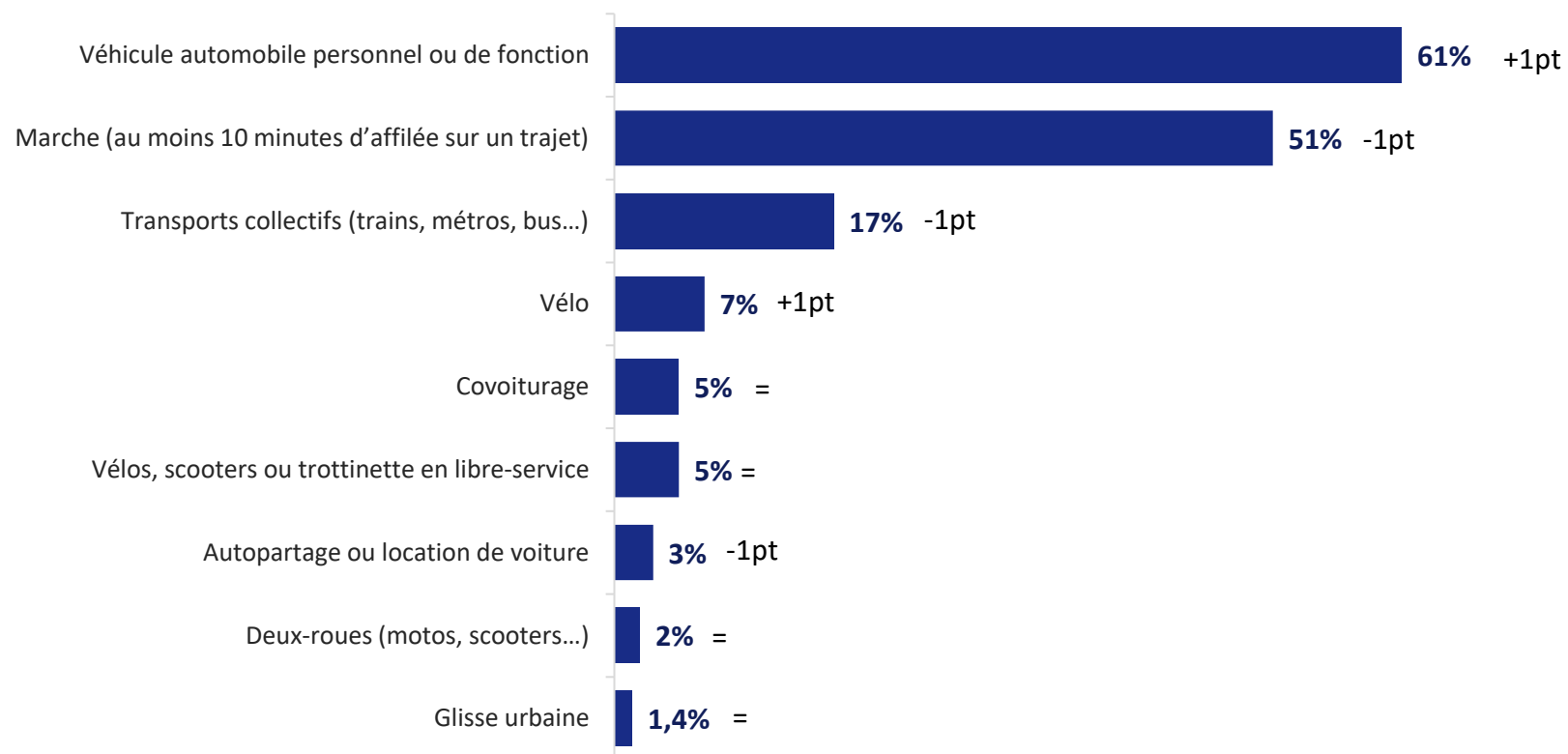
Fréquence d'usage de sa voiture personnelle selon la position sur le territoire



Le véhicule automobile personnel : le mode de transport principal de 61% des Français

Le mode de déplacement principal (ou modes principaux)

Mesuré à partir de la Q18 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles-



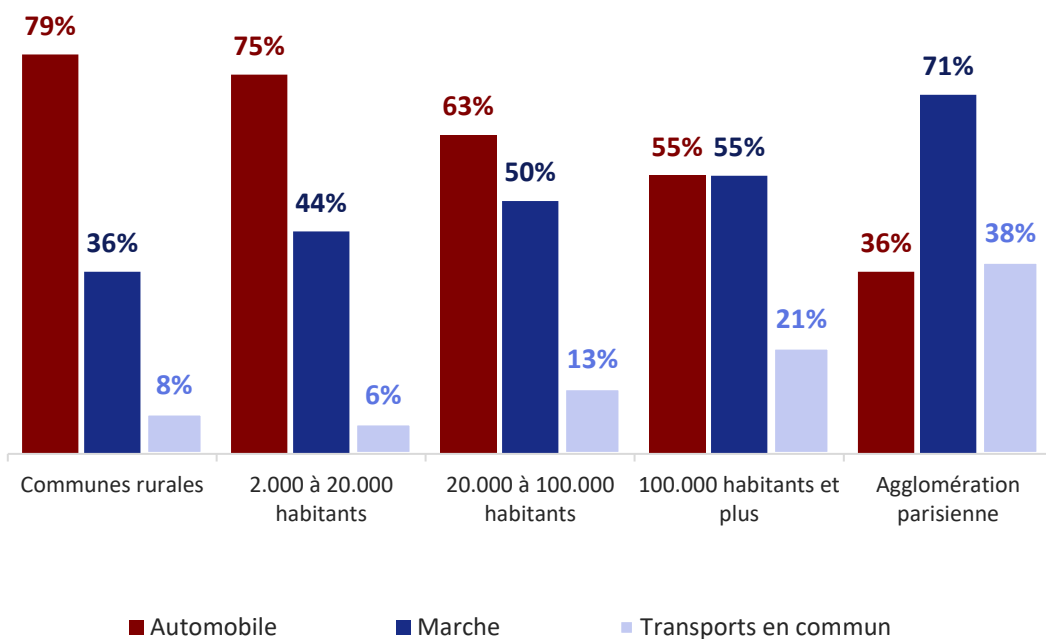
Remarque : il s'agit du mode (ou des modes) de transport le plus fréquemment utilisé (fréquence la plus élevée)

Le mode de déplacement principal très dépendant du lieu de résidence

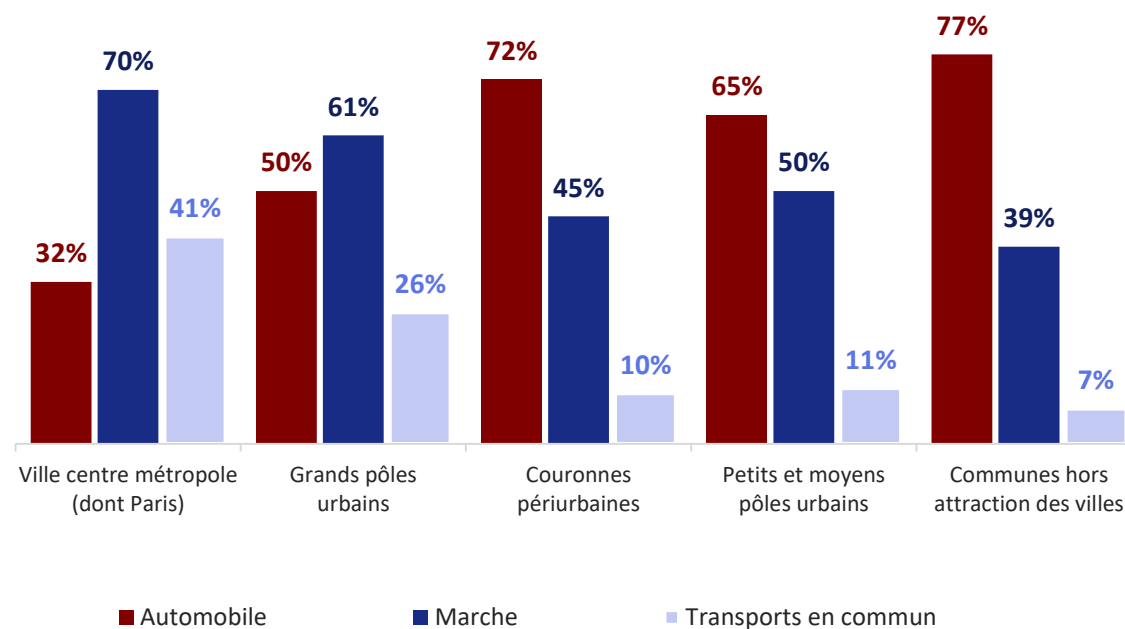
Le mode de déplacement principal (ou modes principaux) selon le lieu de résidence

Mesuré à partir de la Q18 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles-

Mode principal selon la taille d'agglomération



Mode principal selon la position sur le territoire

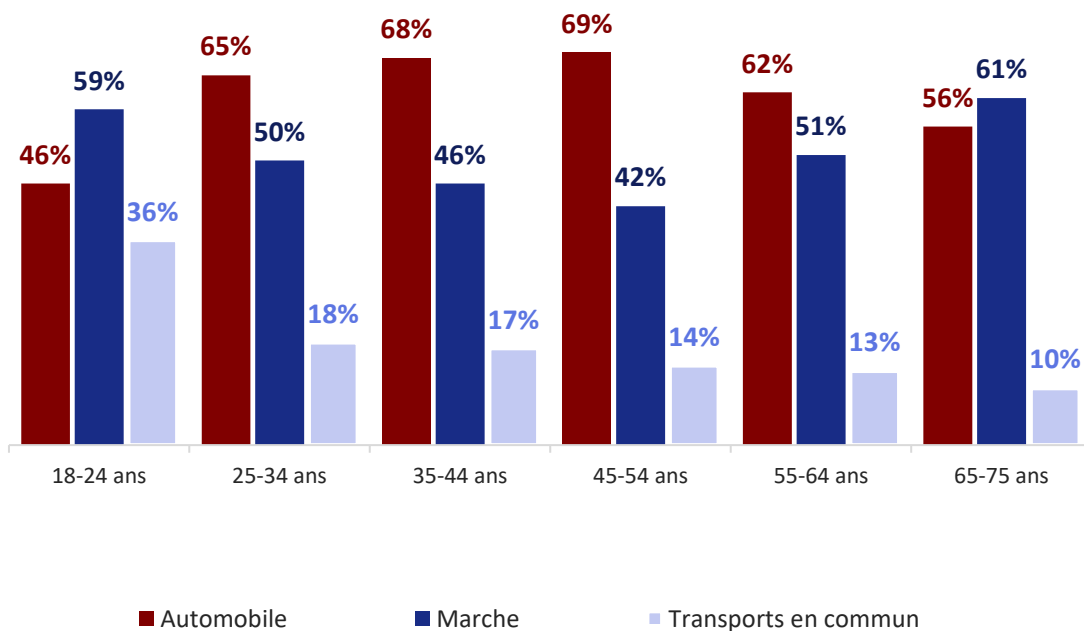


Le choix du mode de déplacement principal correspond au moment de la vie

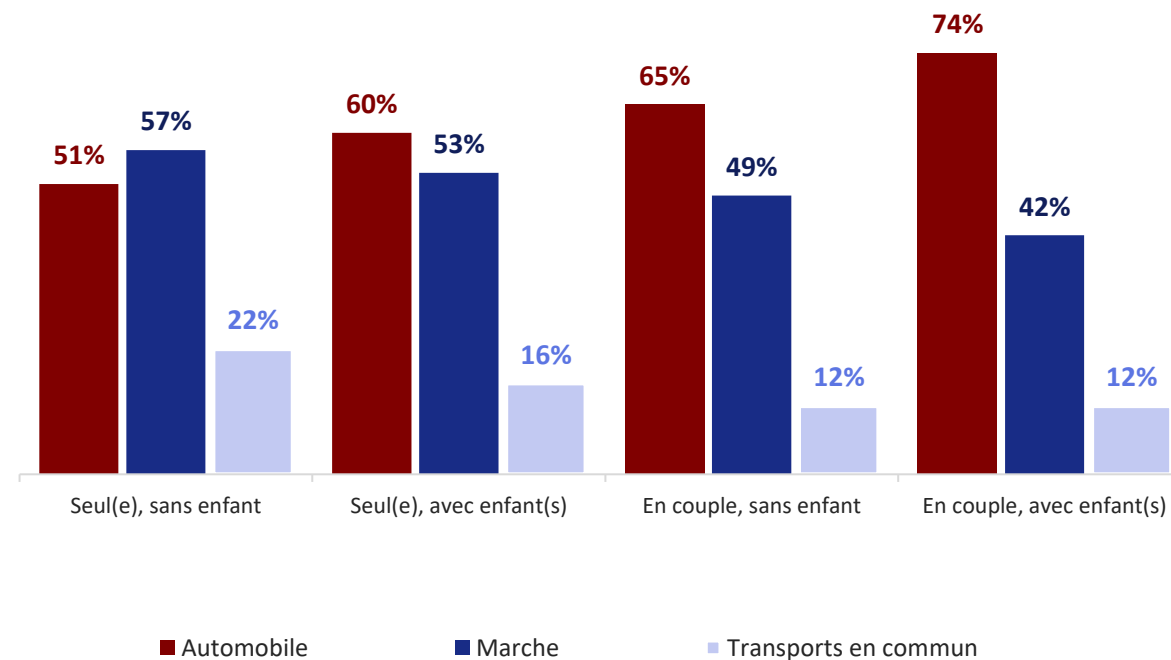
Le mode de déplacement principal (ou modes principaux) selon le lieu de résidence

Mesuré à partir de la Q18 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles-

Mode principal selon l'âge



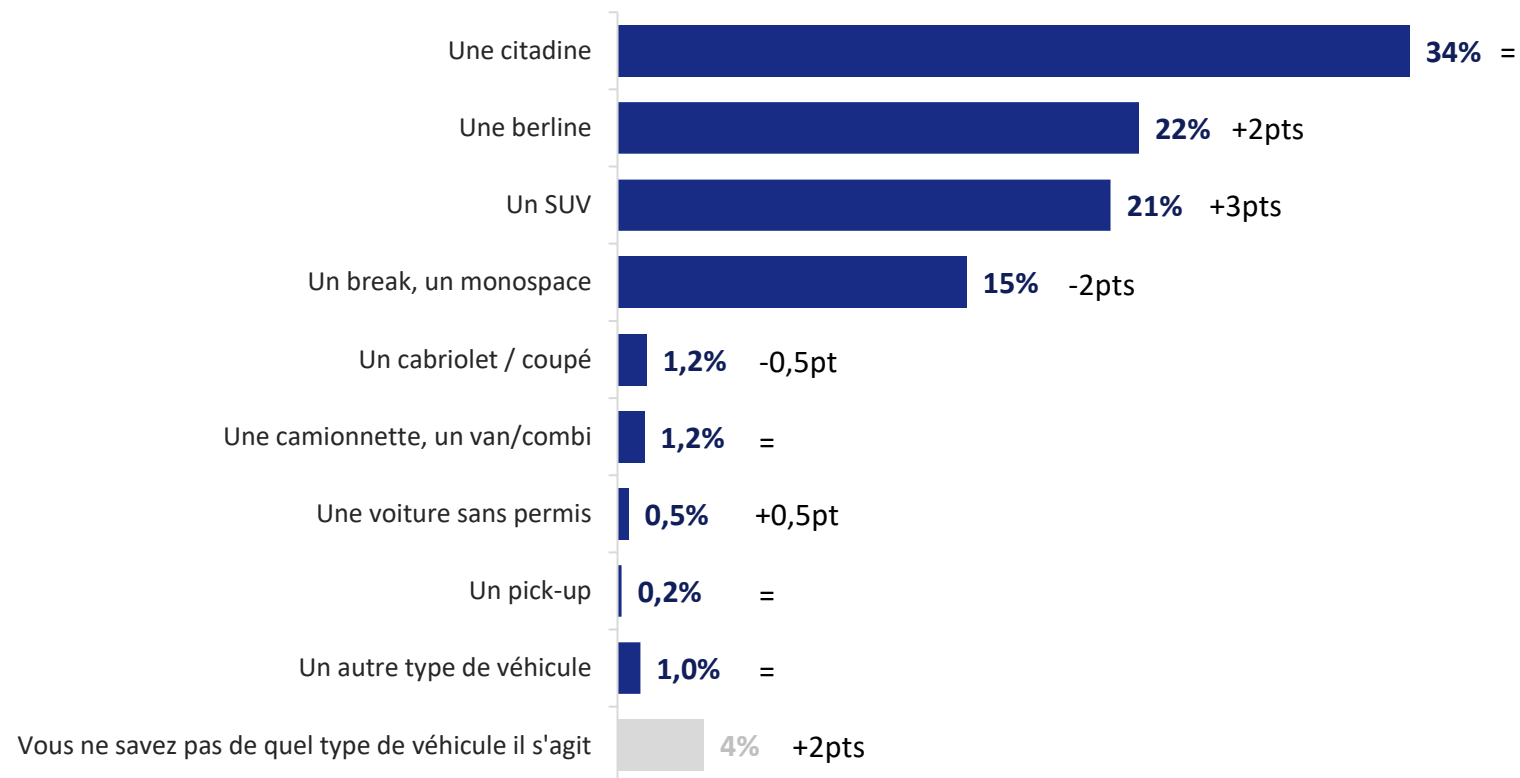
Mode principal selon la composition du foyer



21% de SUV parmi les véhicules principaux

Vous avez déclaré disposer d'au moins une voiture dans votre foyer. De quel type est votre véhicule principal ?

Q12 - Base : disposent d'au moins un véhicule au foyer, n= 3529



Types de véhicules : segmentation de la population

Types de véhicules : segmentation de la population

Q12 - Base : disposent d'au moins un véhicule au foyer, n = 3529

	Types de véhicules en fonction du niveau de vie du ménage (revenus mensuels nets par unité de consommation)				
	Moins de 1000€ / UC	Entre 1000€ et 1500€ / UC	Entre 1500€ et 2000€ / UC	Entre 2000€ et 2500€ / UC	Plus de 2500€ / UC
Une citadine	42%	34%	29%	30%	26%
Une berline	23%	23%	22%	23%	23%
Un SUV	10%	21%	30%	23%	30%
Un break, un monospace	15%	15%	15%	22%	16%
Un cabriolet / coupé	1%	1%	1%	0%	3%
Une camionnette , un van/combi	1%	1%	1%	1%	0%
Une voiture sans permis	1%	0%	0%	0%	0%
Un pick-up	1%	0%	0%	0%	0%
Un autre type de véhicule	1%	1%	2%	0%	1%
Ne savent pas	5%	3%	0%	1%	1%

Types de véhicules : segmentation de la population

Types de véhicules : segmentation de la population

Q12 - Base : disposent d'au moins un véhicule au foyer, n= 3529

	Types de véhicules en fonction de la composition du foyer			
	Seul(e), sans enfant	Seul(e), avec enfant(s)	En couple, sans enfant	En couple, avec enfant(s)
Une citadine	48%	42%	32%	24%
Une berline	24%	23%	22%	24%
Un SUV	12%	11%	27%	27%
Un break, un monospace	10%	15%	12%	21%
Un cabriolet / coupé	2%	2%	1%	1%
Une camionnette , un van/combi	2%	0%	1%	1%
Une voiture sans permis	0%	2%	1%	0%
Un pick-up	0%	0%	0%	0%
Un autre type de véhicule	0%	2%	1%	1%
Ne savent pas	2%	4%	3%	2%

Types de véhicules : segmentation de la population

Types de véhicules : segmentation de la population

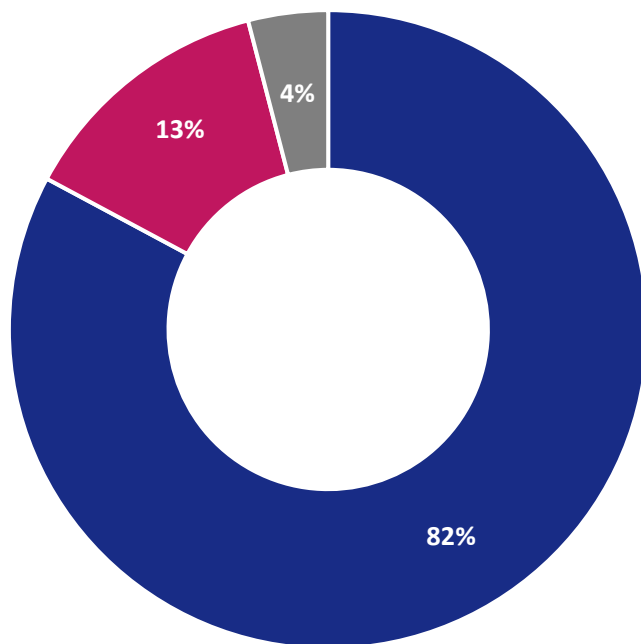
Q12 - Base : disposent d'au moins un véhicule au foyer, n = 3529

	Types de véhicules en fonction de la position dans le territoire				
	Commune rurale	De 2.000 à moins de 20.000 hab.	De 20.000 à moins de 100.000 hab.	100.000 hab. et plus	Agglomération parisienne
Une citadine	27%	30%	38%	39%	36%
Une berline	24%	24%	19%	20%	24%
Un SUV	22%	23%	19%	21%	21%
Un break, un monospace	17%	17%	17%	13%	11%
Un cabriolet / coupé	1%	1%	1%	1%	2%
Une camionnette , un van/combi	2%	1%	1%	1%	1%
Une voiture sans permis	0%	1%	0%	1%	0%
Un pick-up	1%	0%	0%	0%	0%
Un autre type de véhicule	1%	1%	1%	1%	1%
Ne savent pas	4%	3%	3%	3%	5%

Dans 82% des cas, le véhicule principal a été choisi personnellement

Le choix du modèle de votre véhicule principal était-il...

Q13 - Base : disposent d'au moins un véhicule, n= 3529

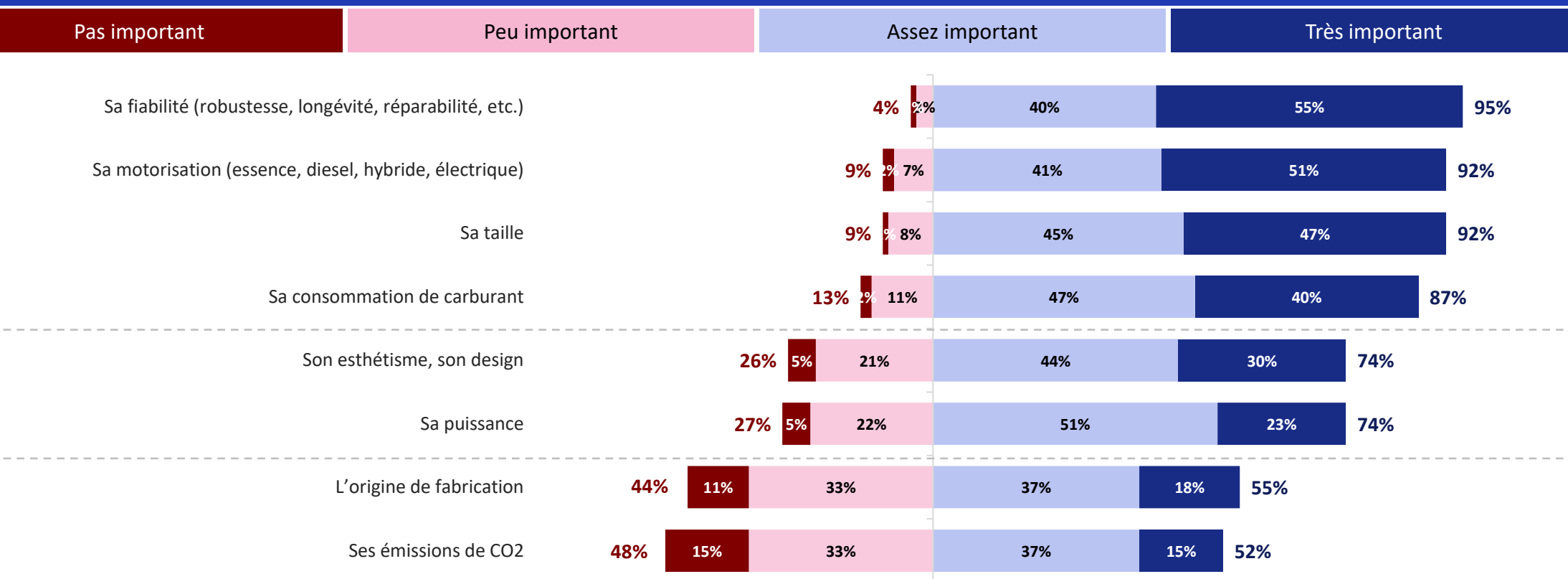


- Votre choix personnel
- Le choix de quelqu'un de votre entourage
- Vous n'avez pas choisi, il s'agit d'un véhicule dont vous disposez gratuitement (véhicule d'entreprise, don, héritage, etc.)

Les facteurs les plus importants dans le choix du modèle de voiture

Pour choisir le modèle de ce véhicule, les facteurs suivants ont-ils été...

Q14 - Base : ont choisi le modèle de leur véhicule principal, n=2945



Les facteurs les plus importants selon les modèles de voiture

Pour choisir le modèle de ce véhicule, les facteurs suivants ont-ils été...

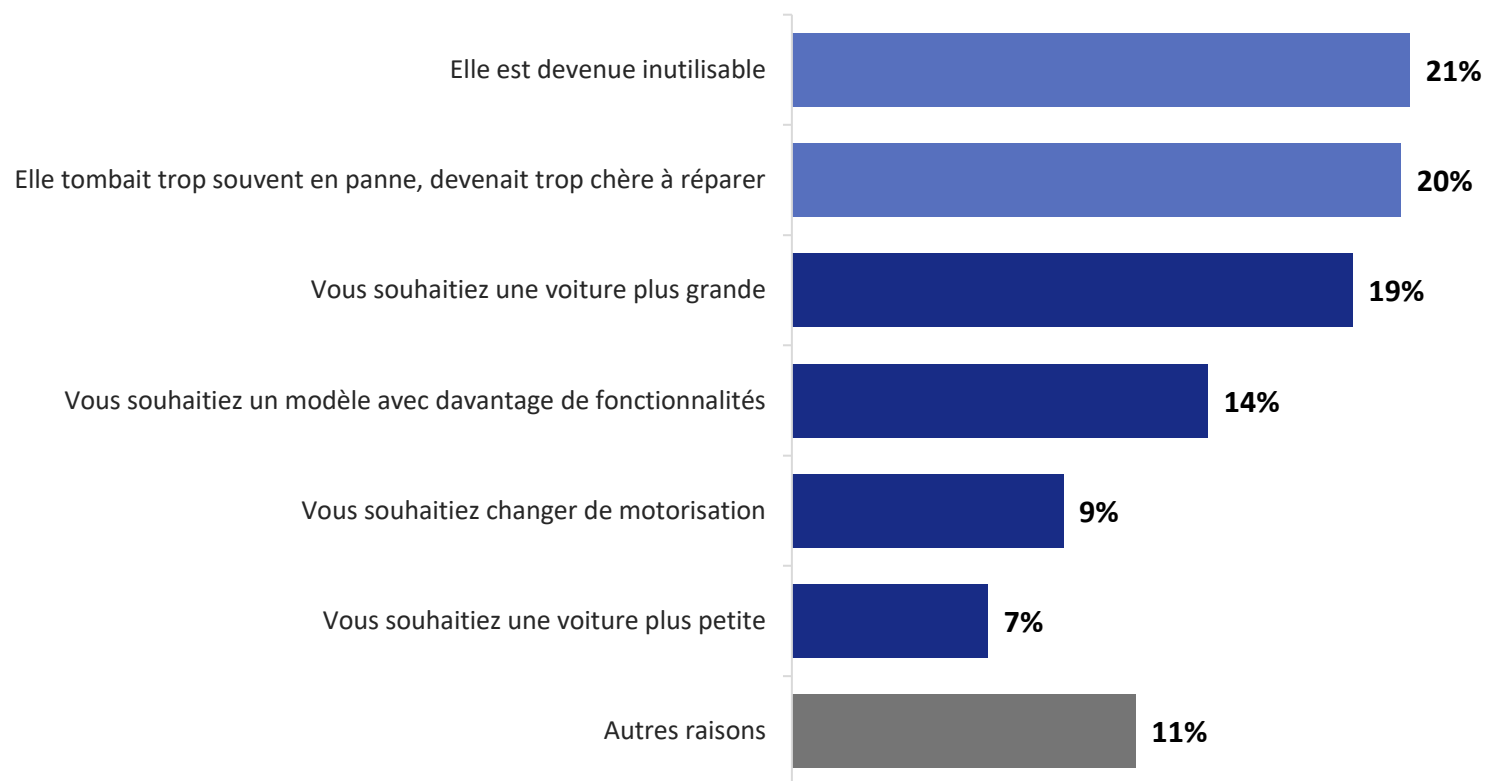
Q14 - Base : ont choisi le modèle de leur véhicule principal, n=2945

% Très important	Une citadine	Une berline	Un break, un monospace	Un SUV	Autres modèles de voiture	Total
	(n=973)	(n=682)	(n=458)	(n=654)	(n=178)	(n=2945)
Sa fiabilité (robustesse, longévité, réparabilité, etc.)	50%	59%	60%	55%	54%	55%
Sa motorisation (essence, diesel, hybride, électrique)	48%	53%	54%	50%	47%	51%
Sa taille	44%	44%	48%	58%	43%	47%
Sa consommation de carburant	42%	42%	39%	39%	29%	40%
Son esthétique, son design	24%	35%	40%	22%	31%	30%
Sa puissance	16%	26%	26%	23%	30%	23%
L'origine de fabrication	17%	21%	19%	16%	18%	18%
Ses émissions de CO2	18%	15%	14%	13%	15%	15%

L'ancien véhicule : inutilisable ou trop coûteux à réparer dans environ 40% des cas

Et la dernière fois que vous avez changé de voiture, vous l'avez fait parce que...

Q15 - Base : disposent d'au moins un véhicule (hors première voiture), n= 3198

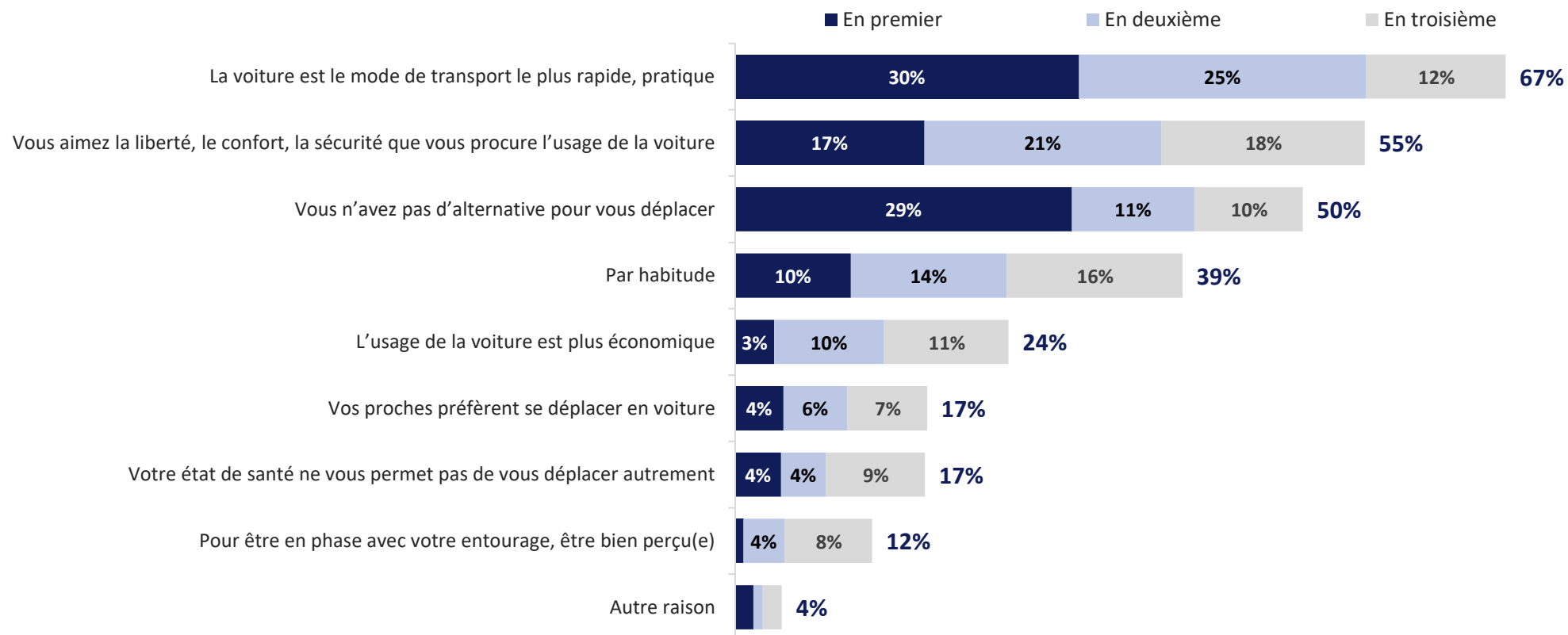


Dans un peu moins de 50% des cas, le remplacement du véhicule principal est lié à un désir de changer de modèle

L'usage de la voiture : entre praticité, confort et contrainte

Pour quelles raisons utilisez-vous la voiture pour vos déplacements du quotidien ?

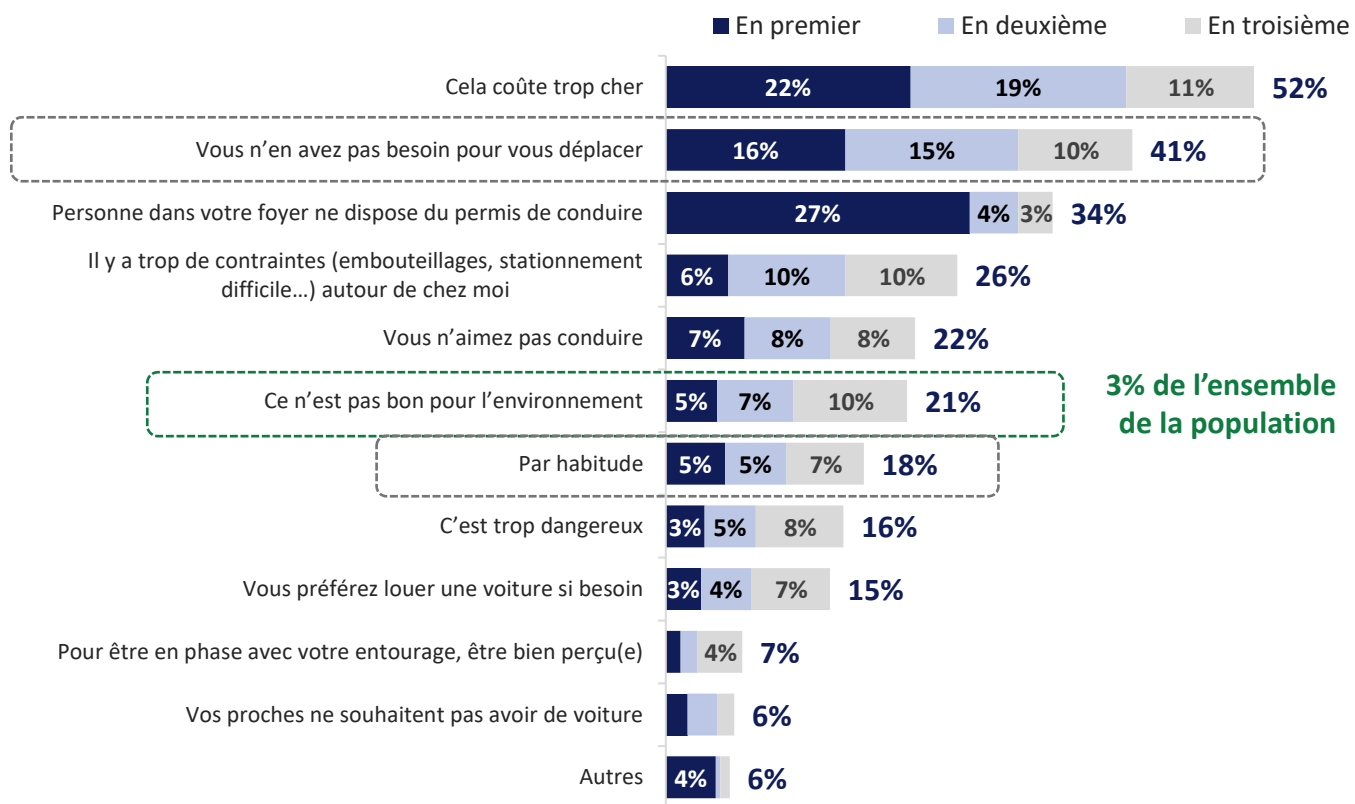
Q19 - Base : disposent d'au moins un véhicule, n= 3529



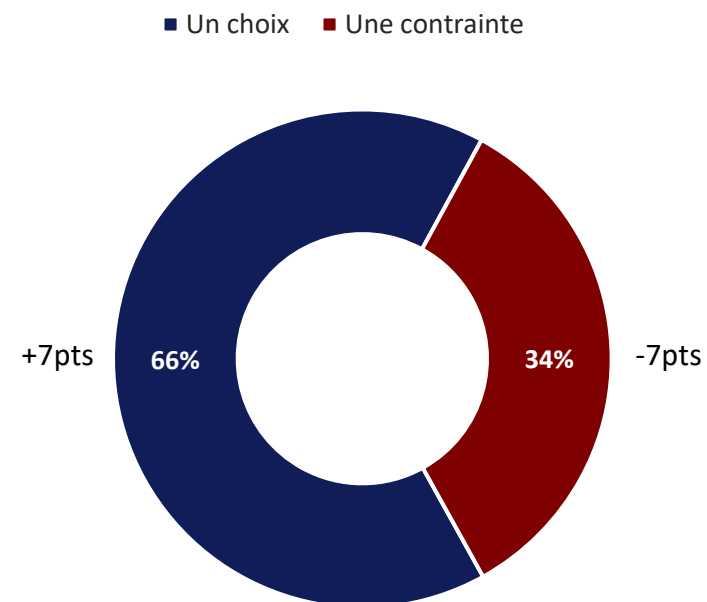
21% des personnes qui ne disposent pas de voiture ont fait ce choix par souci environnemental

Pour quelles raisons ne possédez-vous pas de voiture au sein de votre foyer ?

Q16 - Base : ne disposent d'automobile au foyer, n= 471



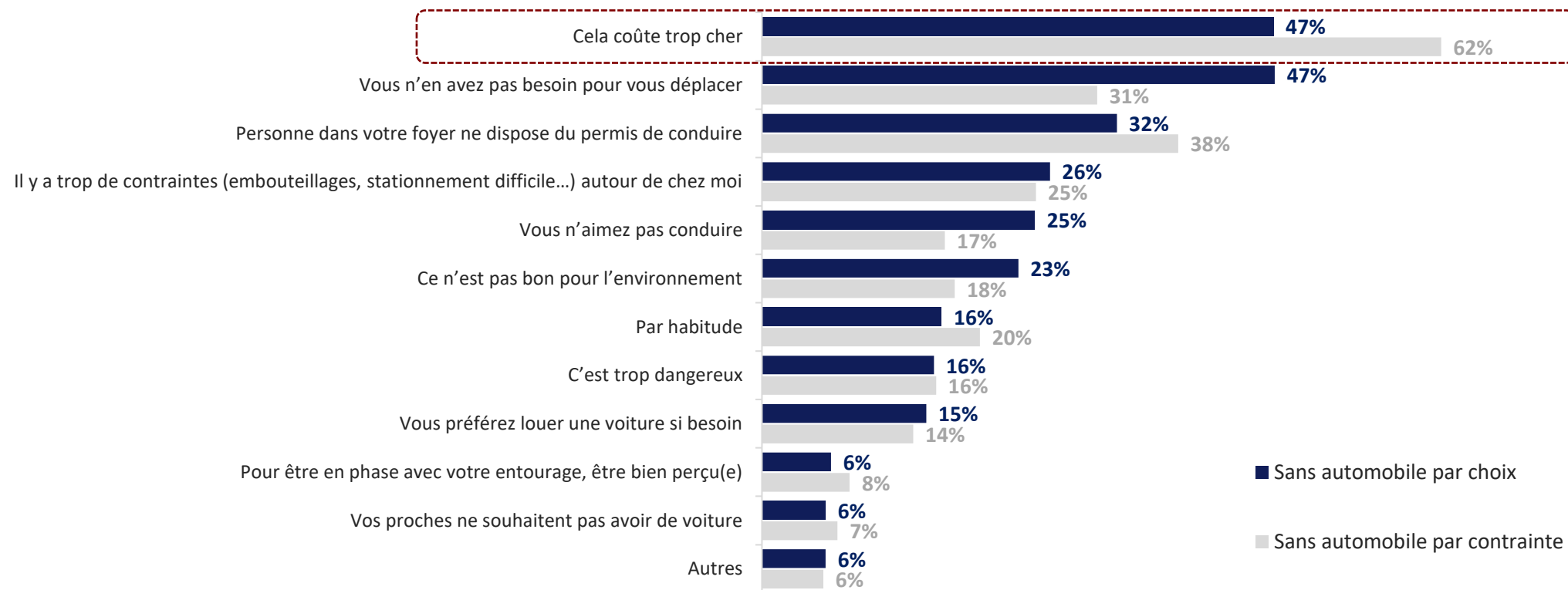
Q17 - Le fait de ne pas posséder de voiture est plutôt...



Le coût est la première raison évoquée pour justifier le fait de ne pas posséder de voiture, parmi les répondants qui l'ont choisi comme parmi ceux qui le subissent

Pour quelles raisons ne possédez-vous pas de voiture au sein de votre foyer ?

Q17 - Base : ne disposent d'automobile au foyer, n= 539



L'usage de la voiture : segmentation de la population

Base totale, n=4000



Utilisent la voiture tous les jours par choix

17% +4pts

- 35-54 ans (**43%** vs 37%)
- En couple avec enfant(s) (**41%** vs 30%)
- Actifs occupés (**72%** vs 58%)
- CSP- (**39%** vs 29%)
- Politiquement « très à droite » (**22%** vs 16%)

Utilisent la voiture tous les jours par contrainte

27% -2pts

- 35-54 ans (**46%** vs 37%)
- En couple avec enfant(s) (**40%** vs 30%)
- Actifs occupés (**75%** vs 58%)
- CSP- (**40%** vs 29%)
- Habitants de communes rurales (**36%** vs 23%)

Utilisent la voiture au minimum une fois par semaine

31% -2pts

- 55-75 ans (**46%** vs 34%)
- Retraités (**34%** vs 21%)
- Actifs occupés (**44%** vs 58%)
- CSP- (**18%** vs 29%)

Utilisent peu sa voiture (moins d'une fois par semaine)

4% =

- Sans enfant (**49%** vs 39%)
- Franciliens (**29%** vs 20%)
- Habitants de communes urbaines denses (**58%** vs 41%)
- Actifs occupés (**51%** vs 58%)

Disposent d'une voiture, mais ne l'utilisent jamais

9% +2pts

- 18-24 ans (**17%** vs 11%)
- Sans enfant (**44%** vs 39%)
- Habitants de grands pôles urbains en dehors du centre (**35%** vs 29%)

Pas de voiture, mais aimeraient en avoir (par contrainte)

4% -1pt

- 18-34 ans (**45%** vs 28%)
- Sans enfant (**63%** vs 39%)
- Forte contrainte budgétaire (**61%** vs 33%)
- Habitants de communes urbaines denses (**61%** vs 41%)
- Actifs occupés (**36%** vs 58%)

Pas de voiture par absence de besoin ou par habitude

5% =

- Célibataires sans enfant (**57%** vs 25%)
- Habitants de l'agglomération parisienne (**45%** vs 17%)
- Habitants de communes urbaines denses (**78%** vs 41%)
- Actifs occupés (**46%** vs 58%)

Pas de voiture par soucis environnemental

2% =

- 18-34 ans (**47%** vs 28%)
- Sans enfant (**63%** vs 39%)
- CSP- (**43%** vs 29%)
- Habitants de communes urbaines denses (**69%** vs 41%)
- Politiquement « à gauche » (**34%** vs 15%)

Pas de voiture pour une autre raison

2% -1pt

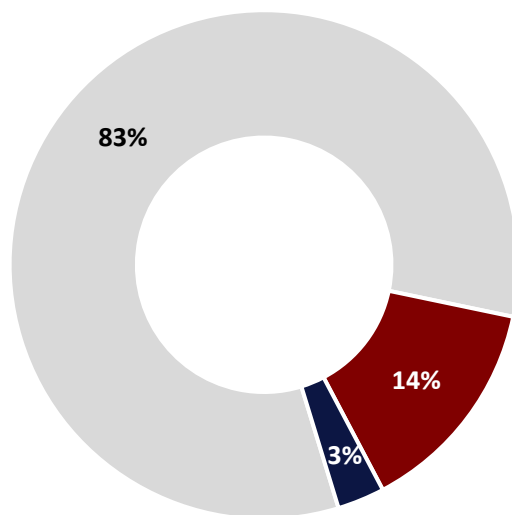
- Femmes (**67%** vs 51%)
- 55-75 ans (**47%** vs 34%)
- Retraités (**33%** vs 55%)
- Habitants de communes urbaines denses (**62%** vs 41%)
- Forte contrainte budgétaire (**46%** vs 33%)

Sous-total :
pas de voiture
13% -2pts

Seuls 18% des individus qui utilisent leur voiture tous les jours estiment qu'ils ont tendance à trop l'utiliser

Concernant votre usage de la voiture pour les déplacements du quotidien, vous diriez que ... ?

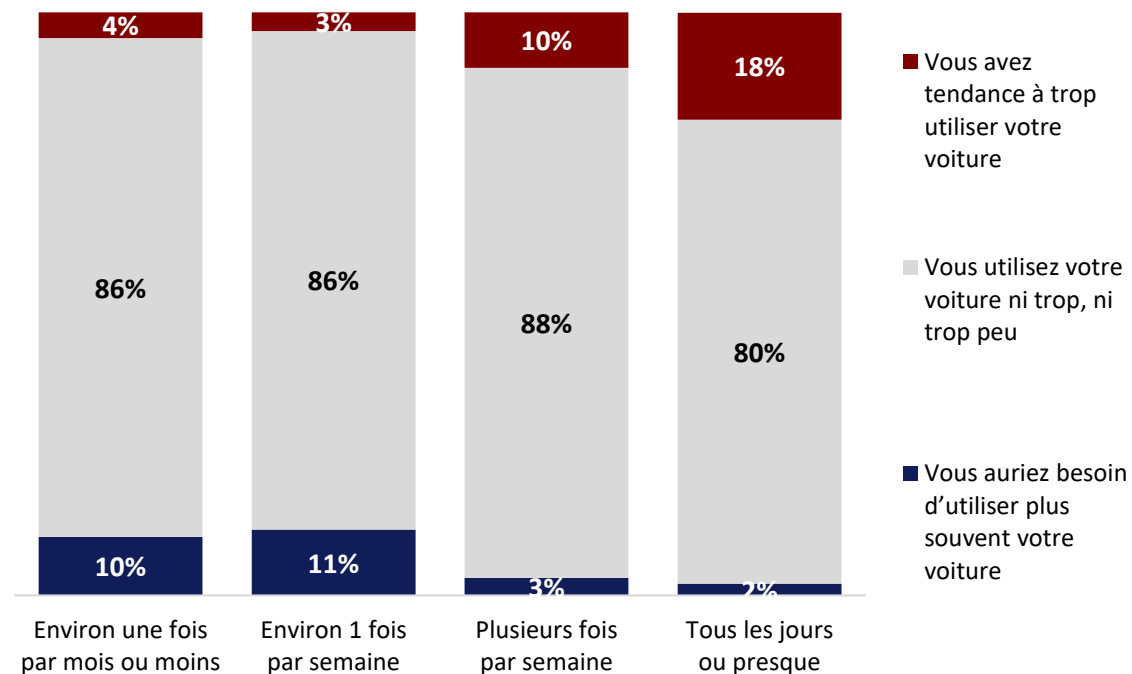
Q20 - Base : disposent d'au moins un véhicule et l'utilisent, n= 3110



- Vous utilisez votre voiture ni trop, ni trop peu
- Vous avez tendance à trop utiliser votre voiture
- Vous auriez besoin d'utiliser plus souvent votre voiture

Perception de ses habitudes en matière d'utilisation de la voiture selon la fréquence d'utilisation de son véhicule

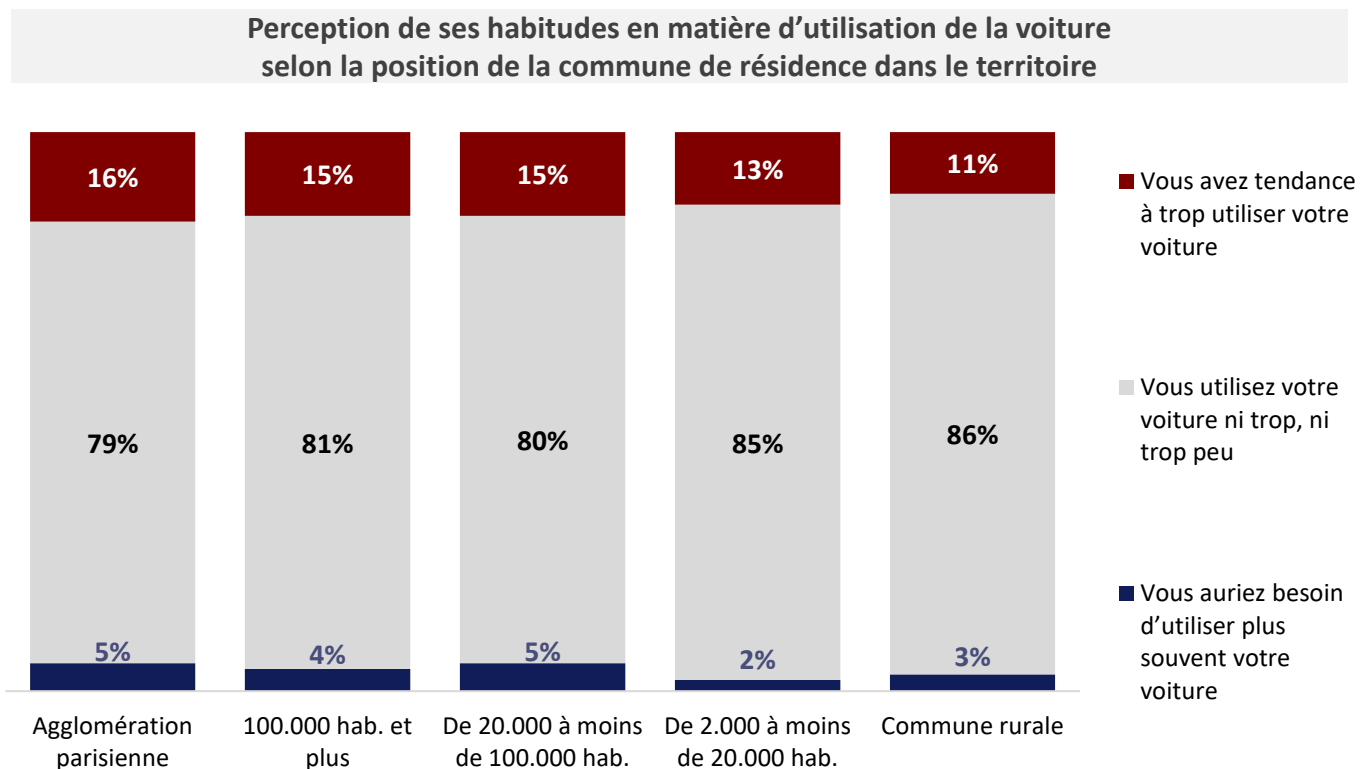
Q20 x Q18 - Base : disposent d'au moins un véhicule et l'utilisent, n=3110



Les habitants des grandes villes sont légèrement plus nombreux à estimer qu'ils ont tendance à trop utiliser leur voiture au quotidien

Concernant votre usage de la voiture pour les déplacements du quotidien, vous diriez que ... ?

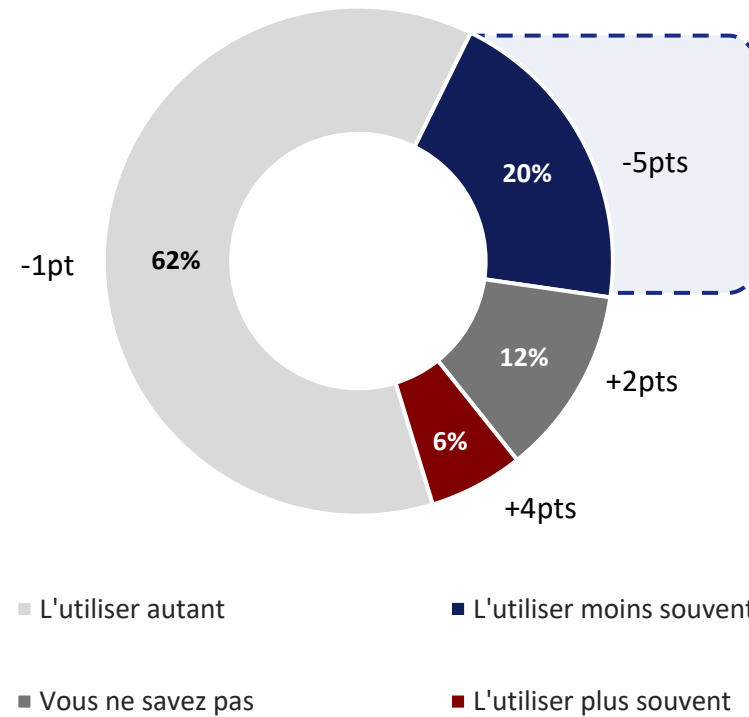
Q20 - Base : disposent d'au moins un véhicule et l'utilisent, n= 3110



20% des individus qui disposent d'un véhicule envisagent d'en réduire l'usage

Concernant votre usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien, au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q21 - Base : disposent d'au moins un véhicule et l'utilisent, n= 3110

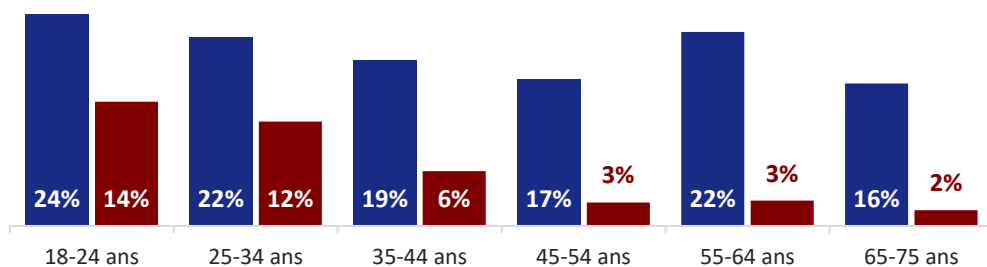


Une réduction de l'usage de la voiture plus répandue parmi les populations jeunes et diplômées

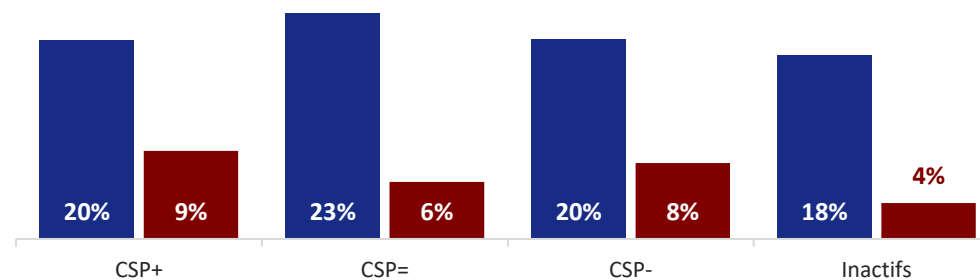
Concernant votre usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien, au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q21 - Base : disposent d'au moins un véhicule et l'utilisent, n = 3110

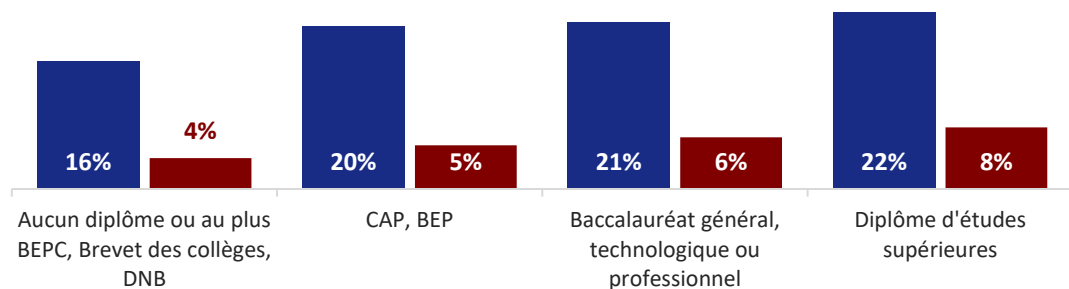
Réduire / augmenter l'usage de sa voiture
en fonction de l'âge



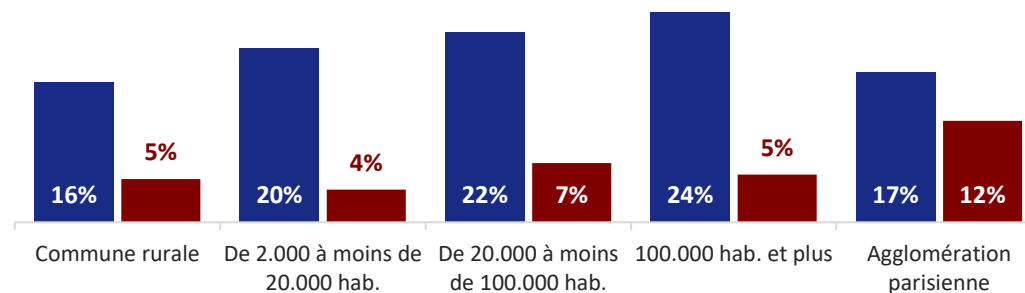
Réduire / augmenter l'usage de sa voiture
en fonction de la CSP



Réduire / augmenter l'usage de sa voiture
en fonction du niveau de diplôme



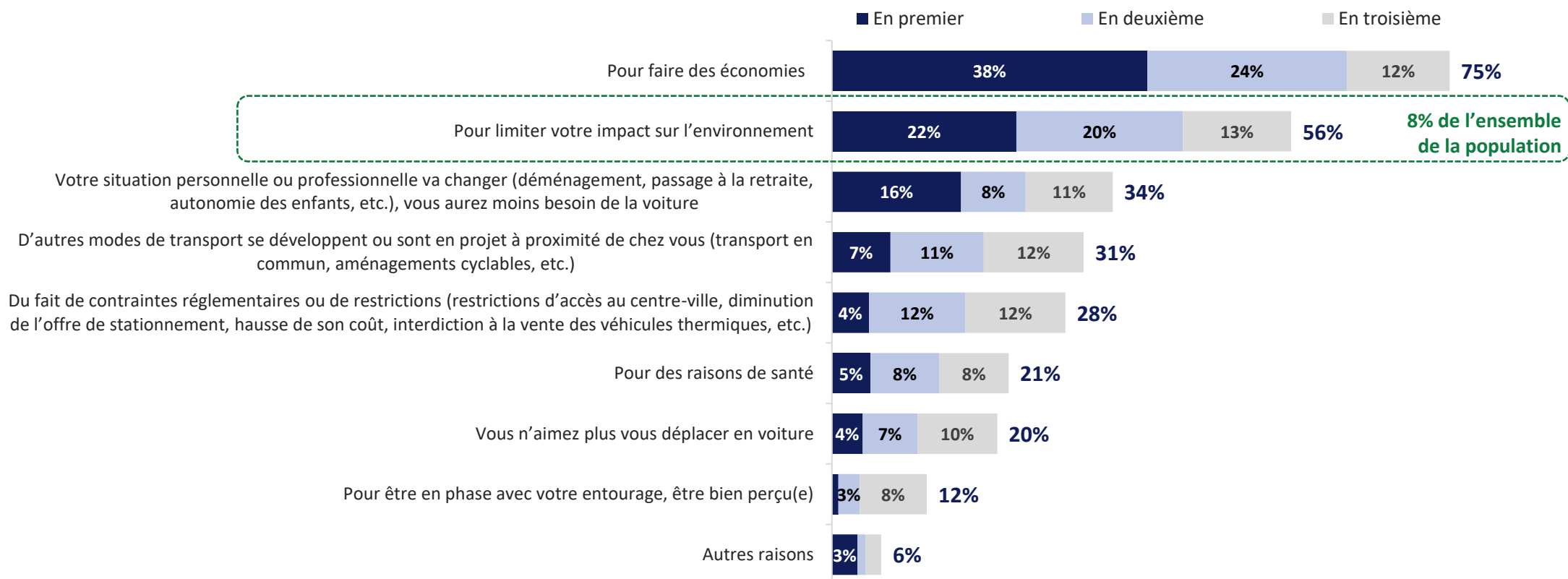
Réduire / augmenter l'usage de sa voiture
en fonction de la position dans le territoire



Au-delà des considérations économiques, la préoccupation environnementale apparaît comme un facteur déterminant dans l'anticipation de la réduction de l'usage de la voiture

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de réduire votre usage de la voiture dans les prochaines années ?

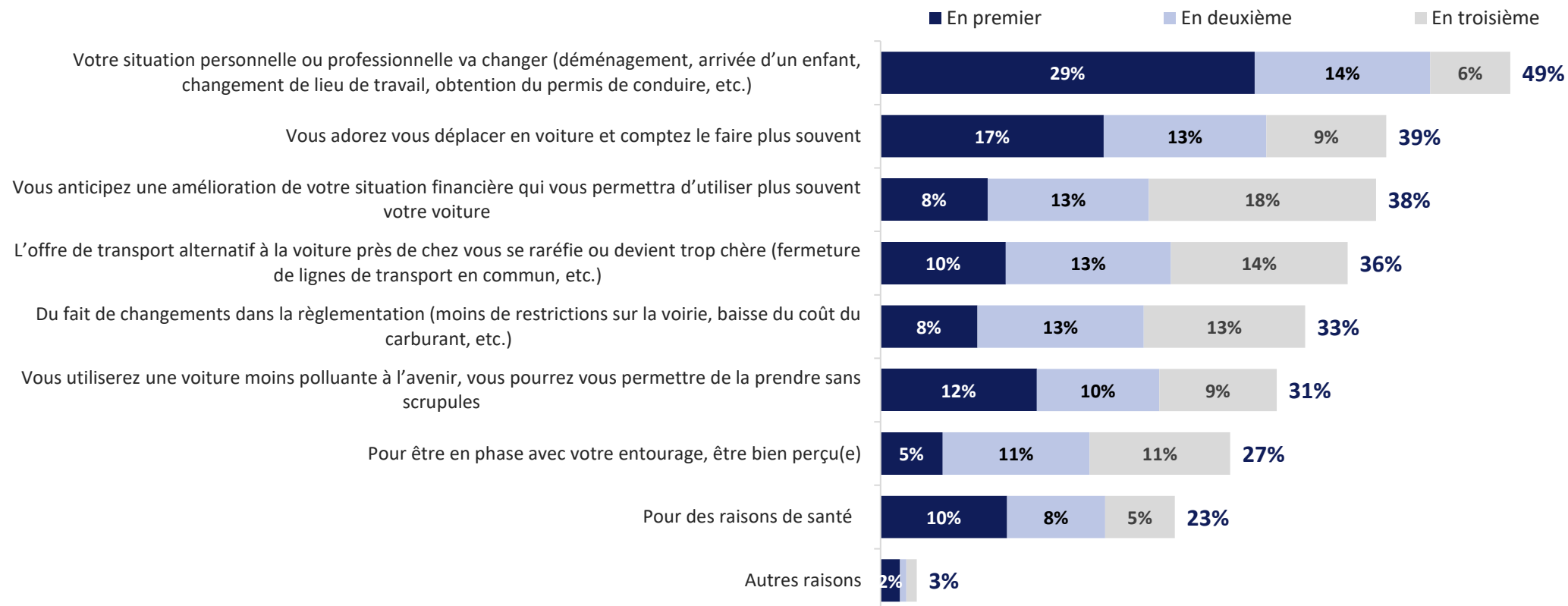
Q22 - Base : disposent d'au moins un véhicule au foyer et anticipent de réduire son usage dans les prochaines années, n=627



L'anticipation d'une hausse de l'usage s'explique surtout par des évolutions familiales ou professionnelles

Pour quelles raisons principales envisagez-vous d'augmenter votre usage de la voiture dans les prochaines années ?

Q23 - Base : disposent d'au moins un véhicule au foyer et anticipent d'augmenter son usage dans les prochaines années, n=171



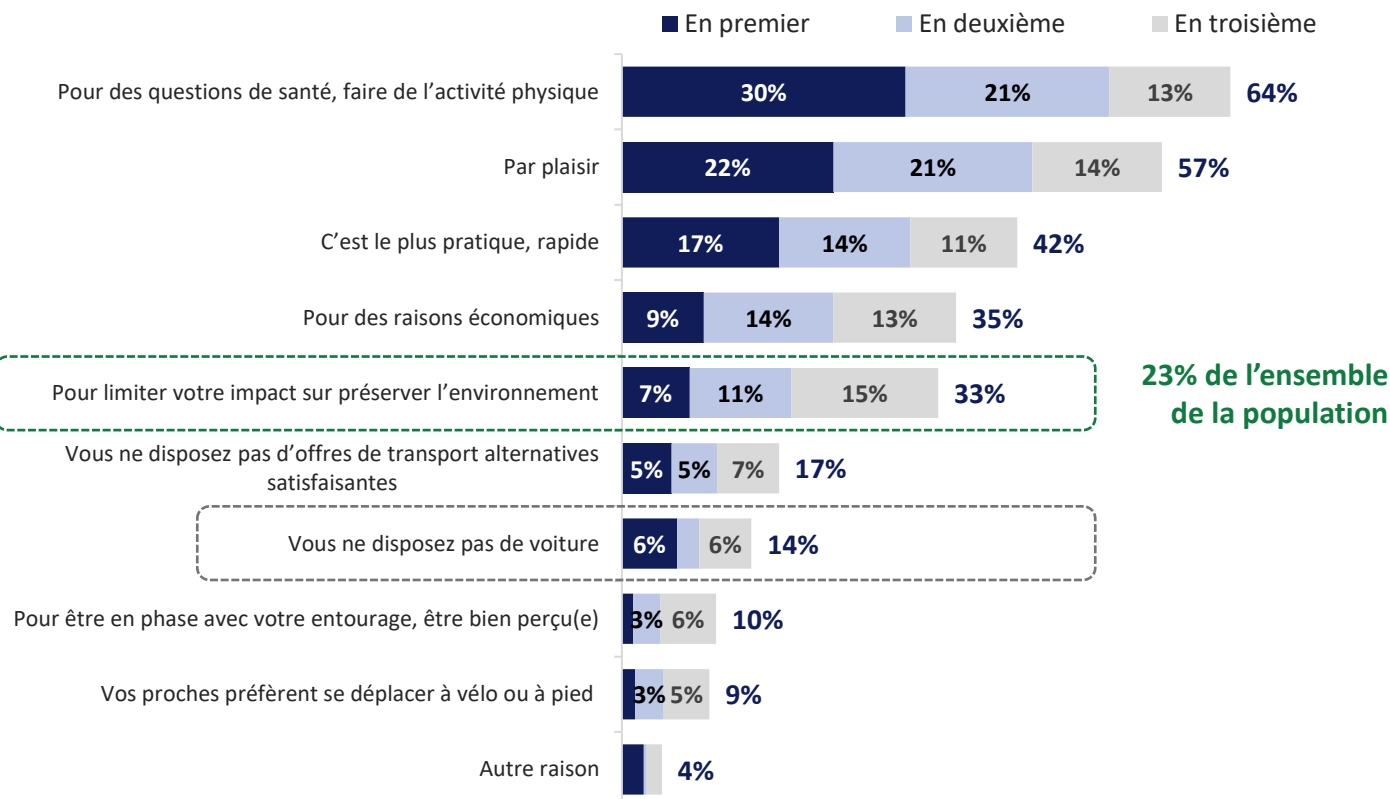
Mobilité : mobilité douce



Dans près d'un cas sur trois, l'usage des modes actifs est motivé par une préoccupation environnementale

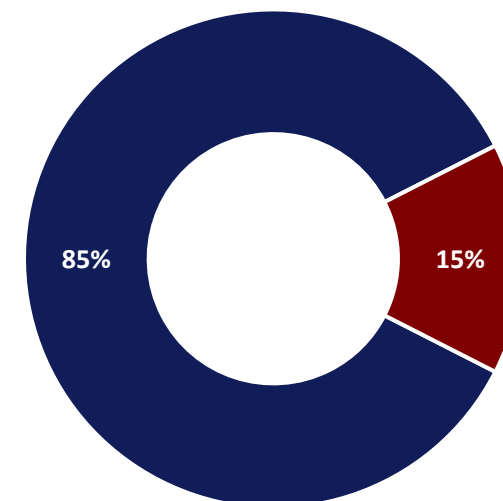
Pour quelles raisons vous déplacez-vous fréquemment [à vélo / à pied] ?

Q24 - Base : se déplacent fréquemment à pied ou à vélo, n= 2839



Q25 - Le fait de vous déplacer fréquemment à pied ou à vélo est plutôt...

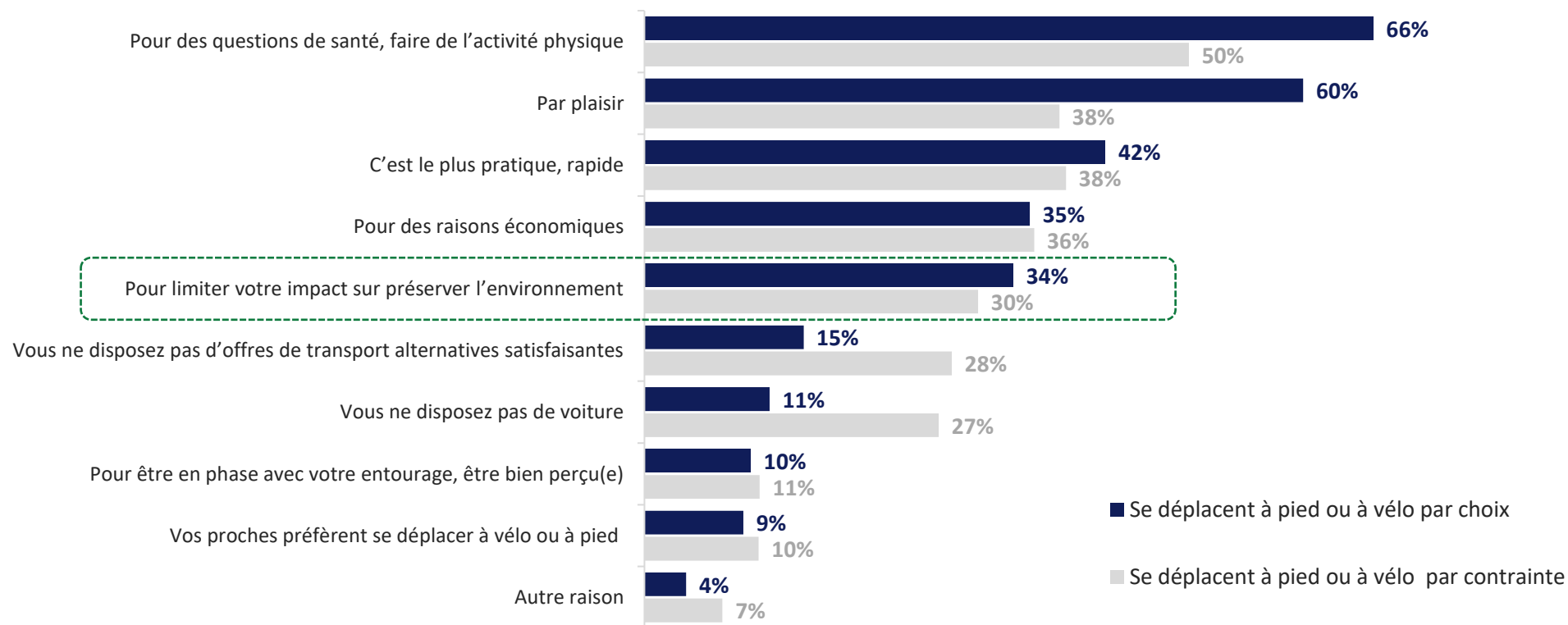
■ Un choix ■ Une contrainte



Les modes actifs utilisés pour des raisons de santé ou par plaisir aussi lorsqu'ils sont contraints

Pour quelles raisons vous déplacez-vous fréquemment [à vélo / à pied] ?

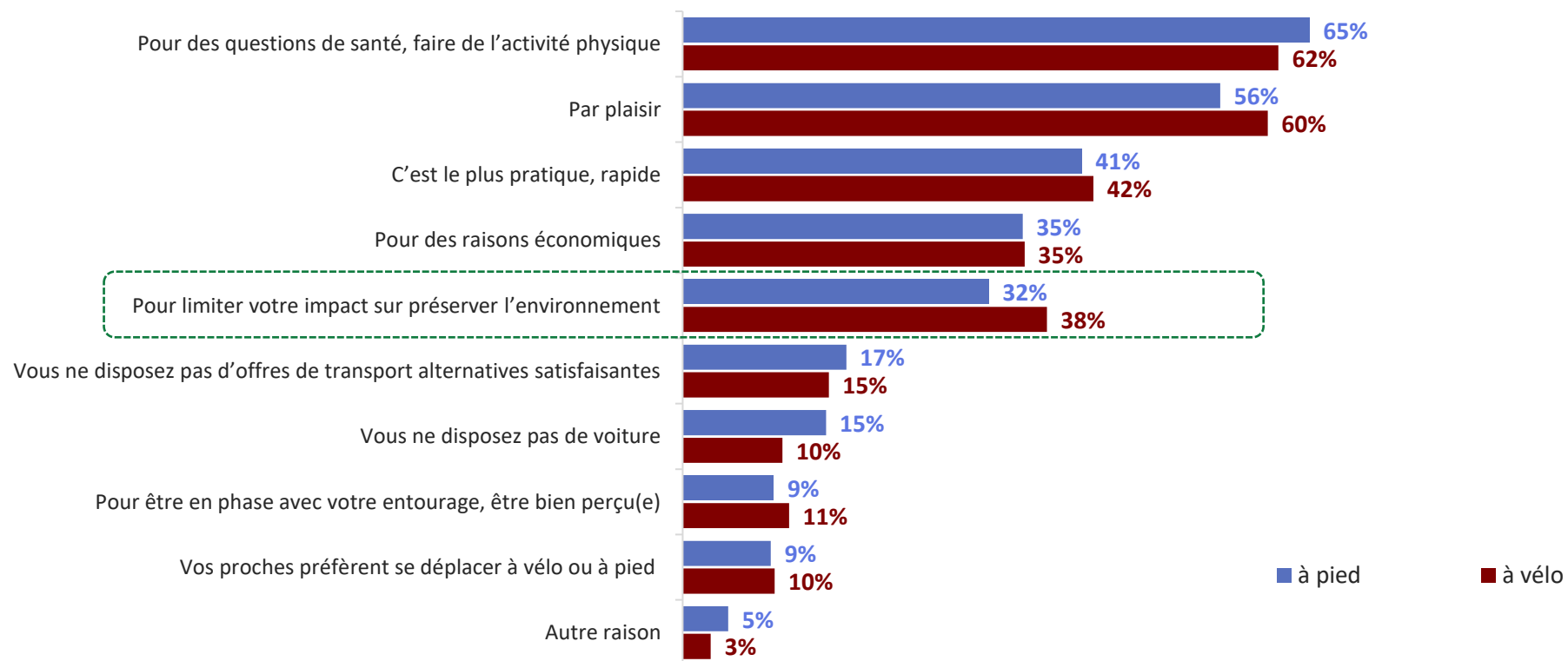
Q24 - Base : se déplacent fréquemment à pied ou à vélo, n= 2839



La pratique du vélo ou de la marche sont motivées par des raisons similaires : santé et plaisir

Pour quelles raisons vous déplacez-vous fréquemment [à vélo / à pied] ?

Q24 - Base : se déplacent fréquemment à pied ou à vélo, n= 2839



L'usage des mobilités douces : segmentation de la population

Base totale, n=4000



Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied pour des raisons écologiques

20%

- 18-34 ans (**34%** vs 28%)
- Habitants de communes urbaines denses (**47%** vs 41%)
- Faible contrainte budgétaire (**71%** vs 63%)
- Diplômés de l'enseignement supérieur (**42%** vs 31%)
- Politiquement « à gauche » ou « très à gauche » (**27%** VS 19%)

Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied par choix (hors raisons écologiques)

33%

- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale
- Habitants de communes urbaines denses (**50%** vs 41%)

Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied car pas de voiture

7%

- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale

Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied par contrainte (hors : ne pas posséder de voiture)

11%

- 18-34 ans (**42%** vs 28%)
- Sans enfant (**48%** vs 39%)
- Habitants de communes urbaines denses (**46%** vs 41%)
- Forte contrainte budgétaire (**39%** vs 33%)

Se déplacent rarement à vélo ou à pied

24%

- Femmes (**57%** vs 51%)
- Plus de 45 ans (**60%** vs 54%)
- Habitants de communes rurales (**35%** vs 23%)
- Forte contrainte budgétaire (**38%** vs 33%)

Ne se déplacent jamais à vélo ou à pied

5%

- 35-54 ans (**55%** vs 37%)
- Parents (**73%** vs 61%)
- Actifs occupés (**80%** vs 58%)
- CSP- (**44%** vs 29%)
- Habitants de communes rurales (**38%** vs 23%)

Sous-total :
Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied
71% -4pts

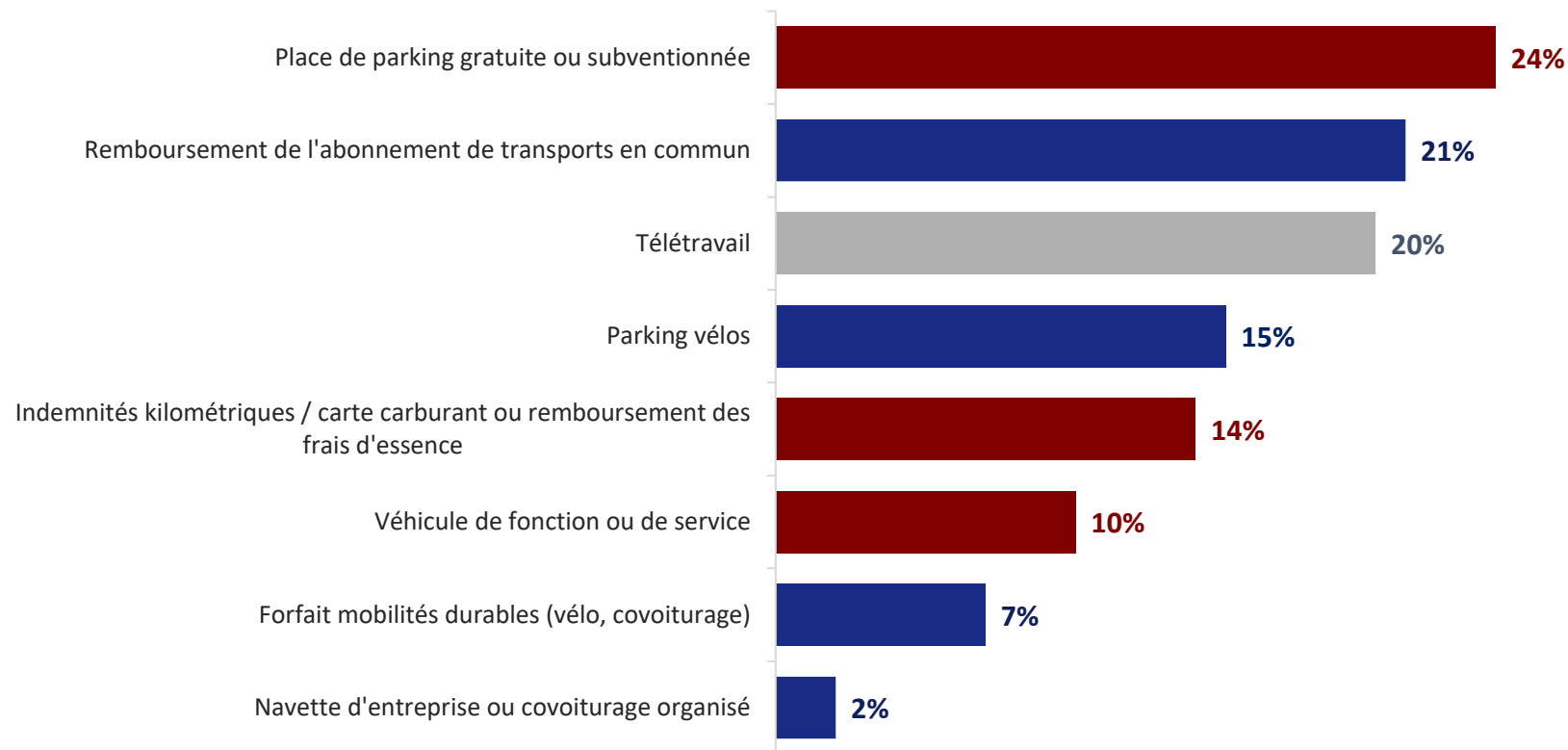
Mobilité : Les déplacements professionnels



Les dispositifs professionnels en faveur de la mobilité douce (ou non)

Dans le cadre de votre activité professionnelle, bénéficiez-vous des avantages ou dispositifs suivants ?

Q26 - Base : actifs occupés, n=2324



33% des actifs bénéficient d'au moins un de ces avantages professionnels en faveur d'une mobilité plus sobre (éviter l'usage systématique de la voiture personnelle)

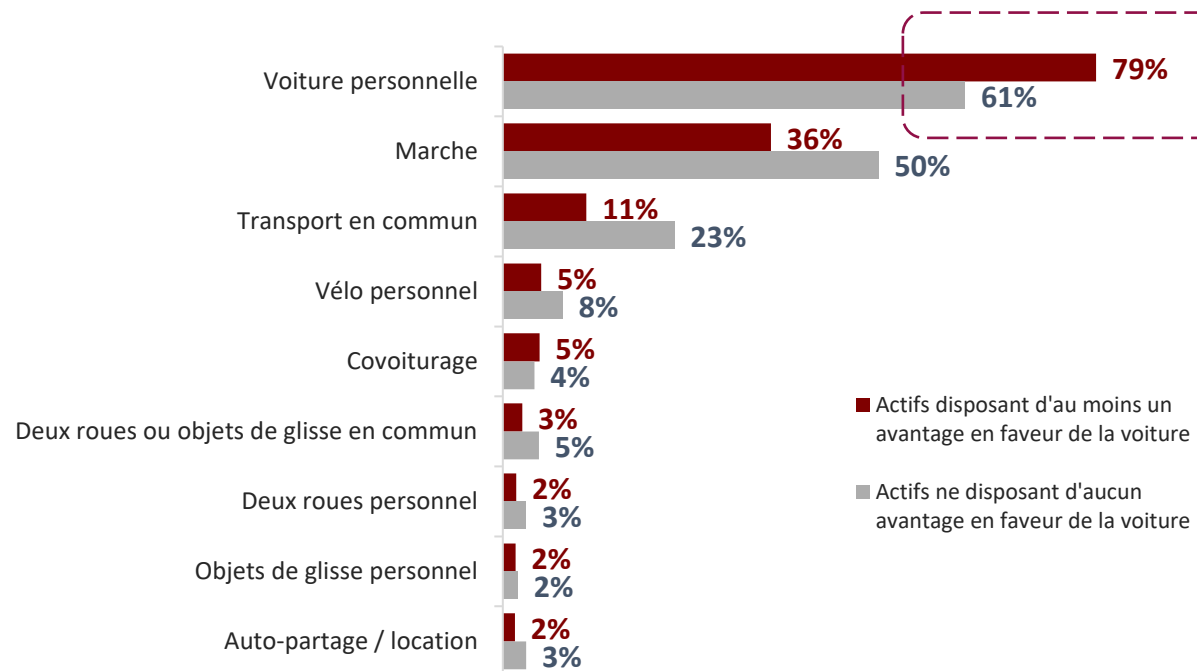
39% des actifs bénéficient d'au moins un de ces avantages professionnels en faveur de la voiture (parking, indemnités kilométriques, véhicule de fonction ou de service)

Une corrélation entre les avantages professionnels et les usages de mobilités

Dans le cadre de votre activité professionnelle, bénéficiez-vous des avantages ou dispositifs suivants ?

Q26 - Base : actifs occupés, n=2324

Mode de transport selon les avantages professionnels mis à disposition

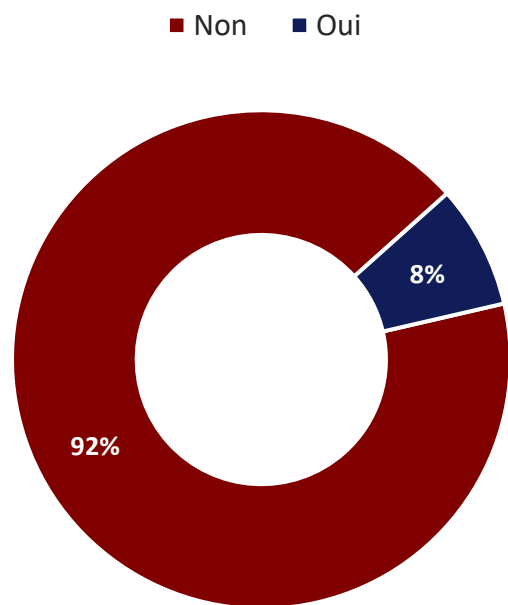


Les salariés dont l'employeur propose des incitations à l'usage de la voiture affichent un usage effectif de la voiture supérieur à la moyenne

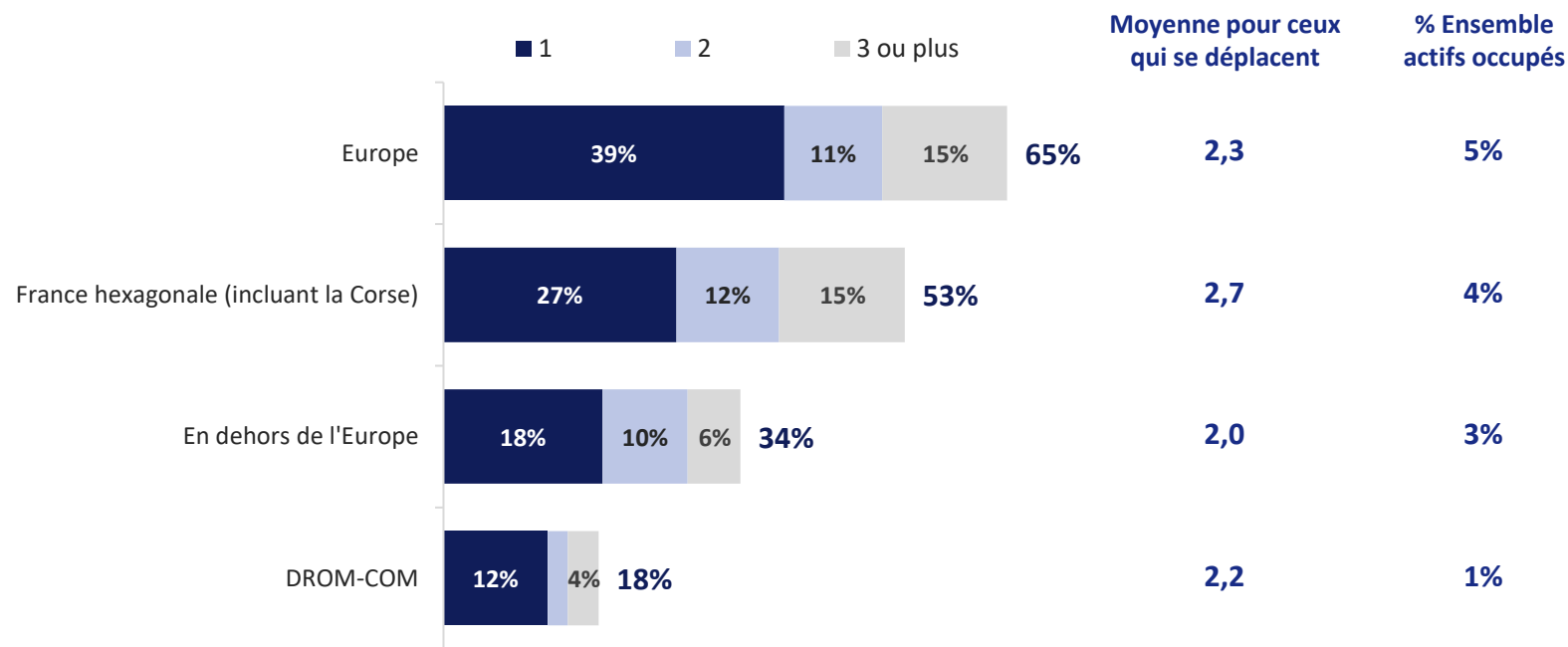
Les trajets professionnels en avion concernent 8% des actifs occupés

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous réalisé des déplacements professionnels en avion ?

Q27 - Base : actifs occupés, n=2324



Q28 - Quelles sont les destinations où vous vous êtes rendu(e) pour vos déplacements professionnels en avion au cours des 12 derniers mois ?



Tourisme



Tourisme – À retenir

- 77 % des Français sont partis en vacances ou en week-end au cours des 12 derniers mois, pour une moyenne de 3 départs par an (1,3 vacances longues et 1,9 week-ends). 67 % sont partis en vacances (au moins 5 nuits) et 61 % en week-end, des taux stables par rapport à la vague précédente.
- 29 % des Français voyagent à l'étranger, mais la majorité reste en France hexagonale pour leurs vacances.
- La voiture est de loin le mode de transport le plus utilisé pour les vacances. Vient ensuite l'avion, devant le train ; Son usage progresse par rapport à 2023, particulièrement chez les jeunes.
- 73 % des Français ont déjà pris l'avion au moins une fois dans leur vie ; ceux qui le prennent le font en moyenne 3 fois par an.
- Un tiers des Français évitent l'avion pour des raisons environnementales ou économiques, mais aussi parce que leurs choix de destinations ne le nécessitent pas.
- 17 % des voyageurs déclarent envisager de prendre moins souvent l'avion, surtout les jeunes et les diplômés, motivés d'abord par des préoccupations écologiques.
- Les modes alternatifs (train, covoiturage, vélo, car) sont utilisés par environ 6 % des Français pour des raisons environnementales, surtout les jeunes urbains et CSP+. 54 % voyagent encore en mobilité thermique (voiture ou avion).

Tourisme : Usage de l'avion

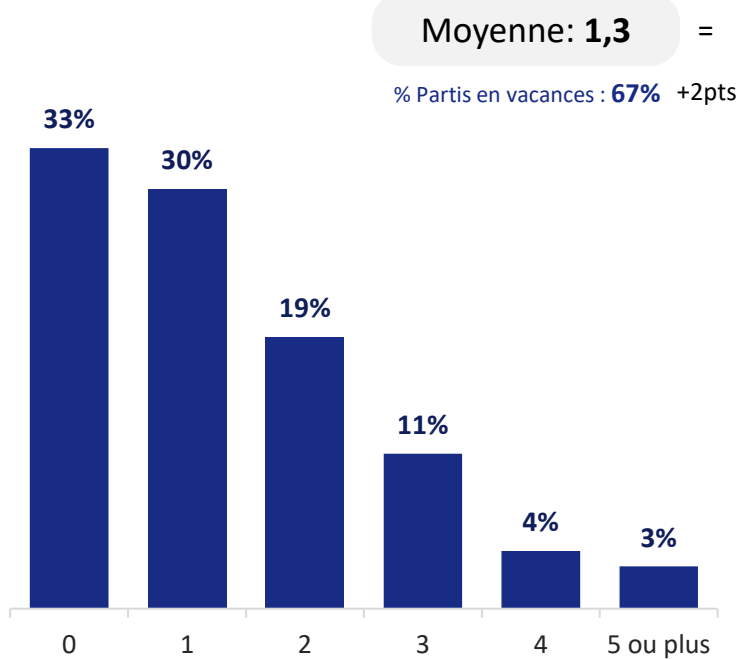


Vacances et week-ends : en moyenne 3 départs par an

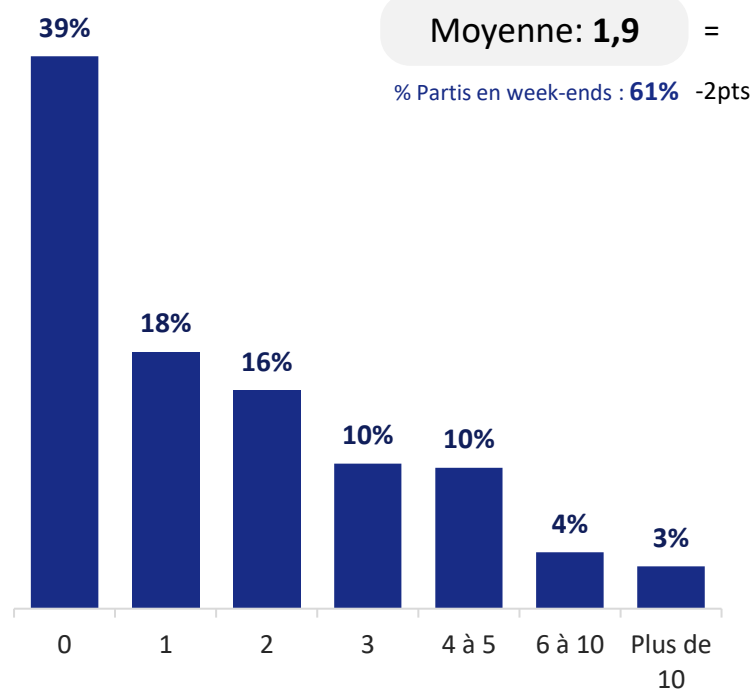
Au cours des 12 derniers mois, combien de fois êtes-vous parti(e)... ?

Q29 et Q30 - Base totale, n=4000

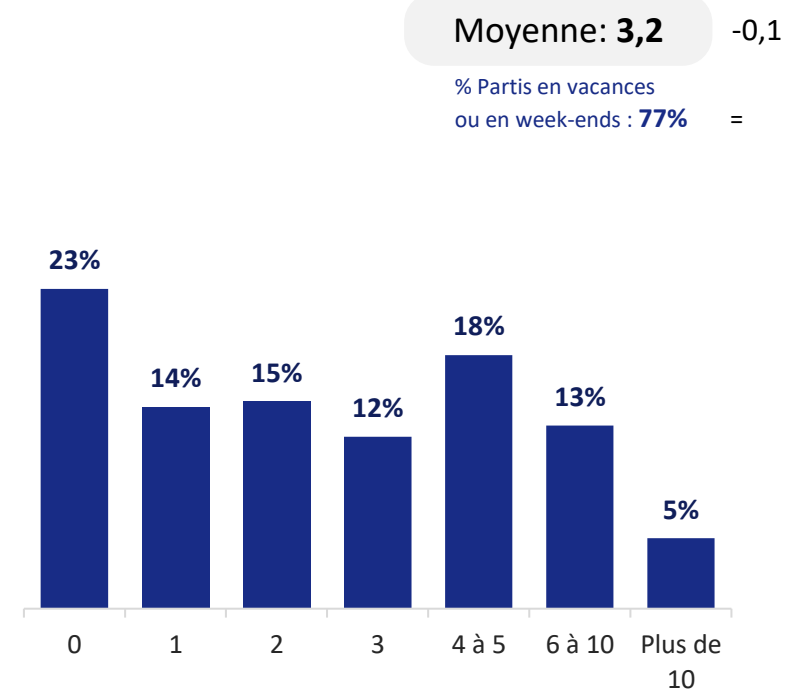
En vacances (au moins 5 nuits en dehors du domicile)



En week-ends (moins de 5 nuits en dehors du domicile)



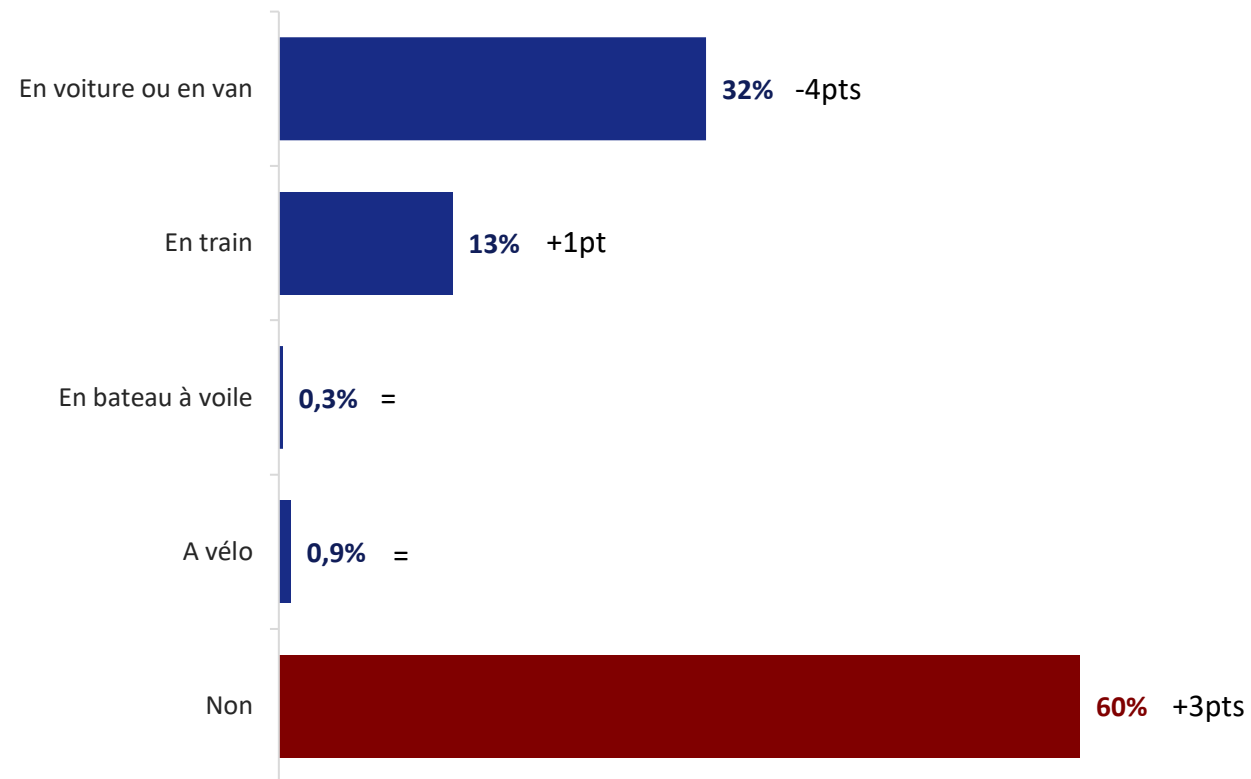
Week-ends et vacances confondus



13% des Français ont utilisé le train dans le cadre d'un long voyage

Au cours des 12 derniers mois, avez-vous fait un long voyage...

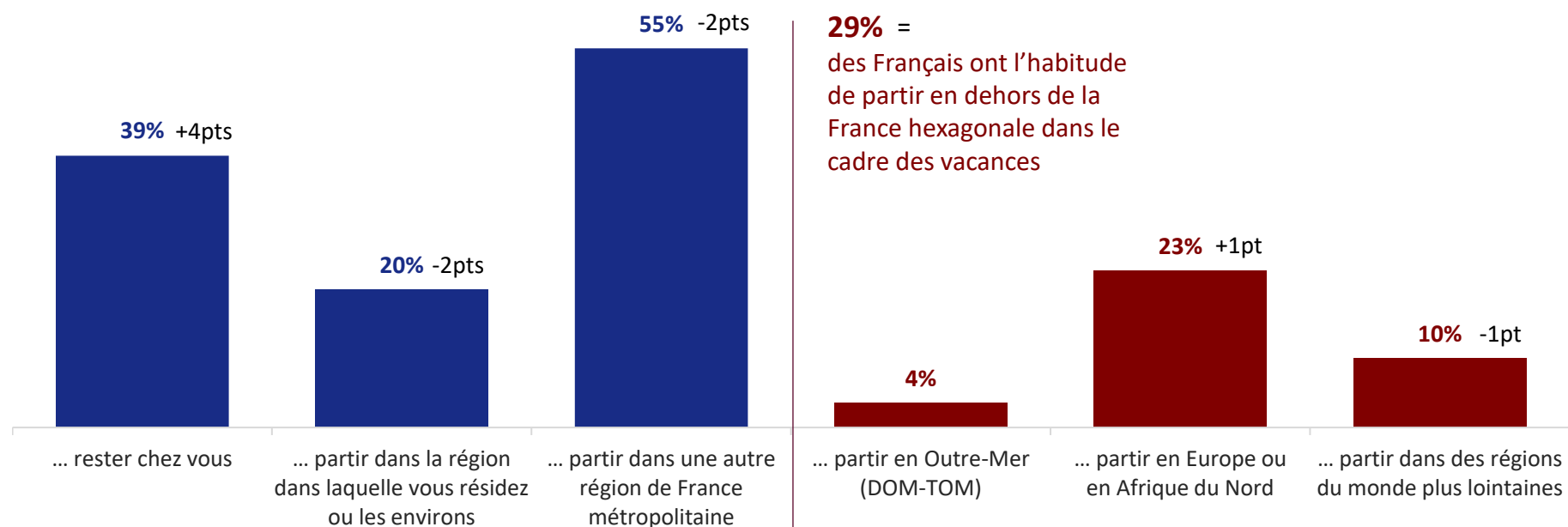
Q46B - Base totale, n=4000



Les vacances restent généralement centrées sur le territoire métropolitain pour une nette majorité des Français

De manière générale, pour passer vos vacances vous avez l'habitude de... ?

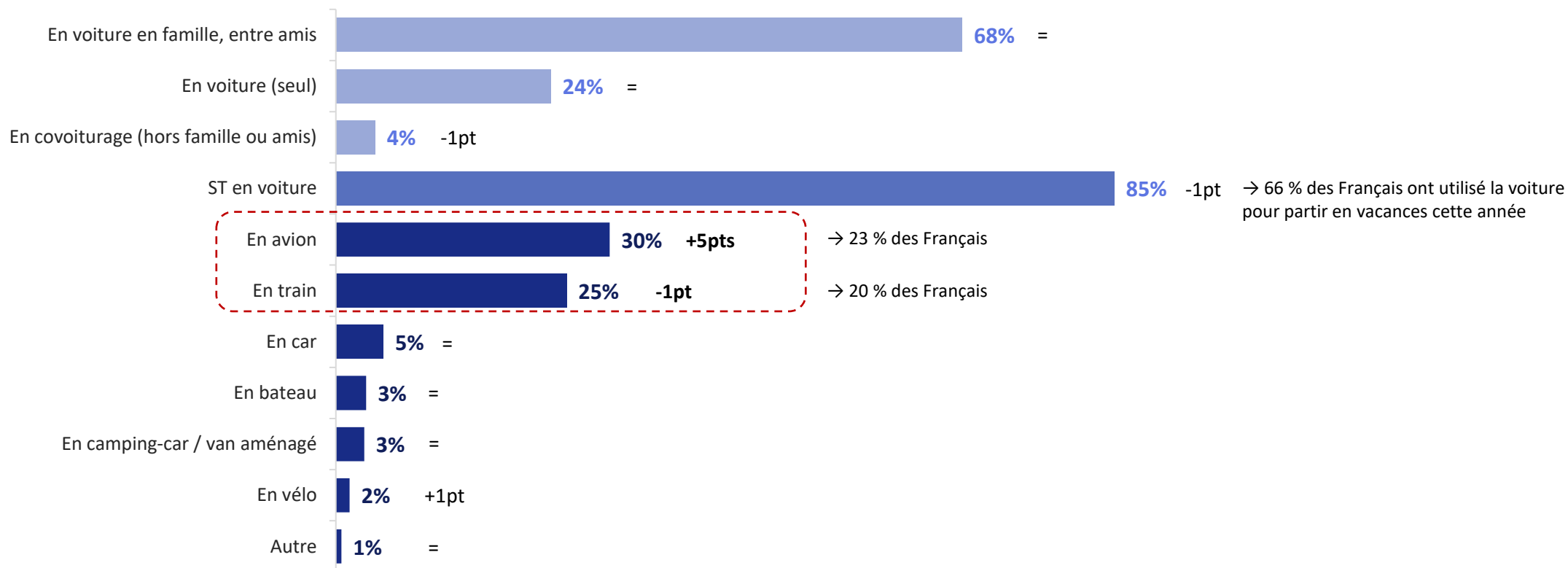
Q30B - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles



L'avion dépasse le train parmi les modes de transport utilisés pour les vacances

Quels sont les modes de transport que vous avez utilisés pour vous rendre sur vos lieux de vacances (ou week-ends) au cours des 12 derniers mois ?

Q31 - Base : individus partis en vacances ou en week-end au moins une fois au cours des 12 derniers mois, n = 3108

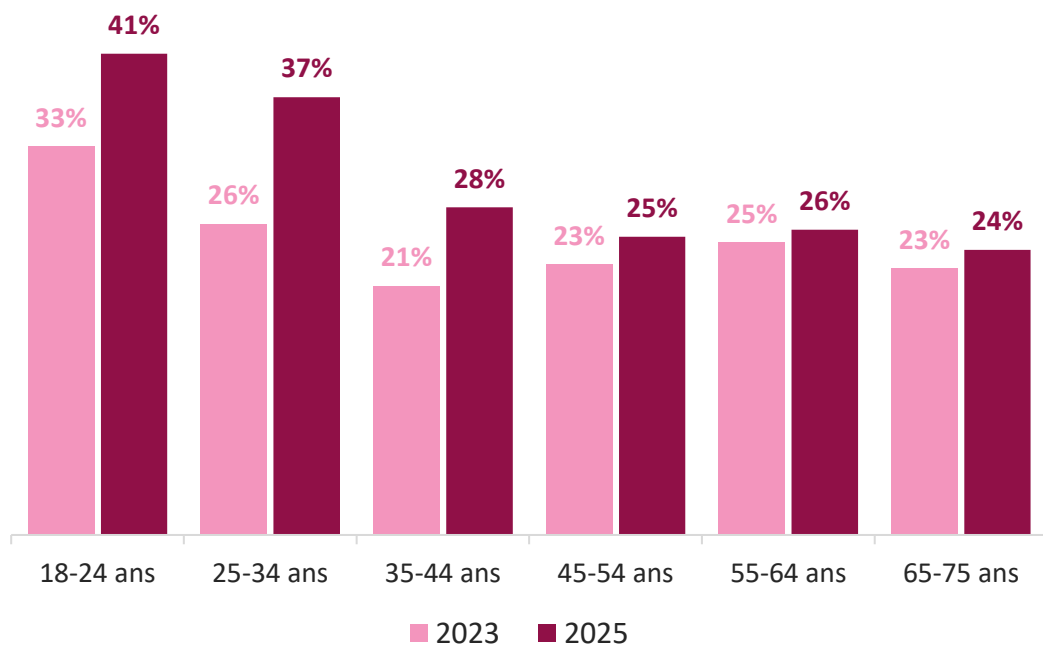


Par rapport à 2023, les jeunes sont ceux qui ont le plus accru leur recours à l'avion

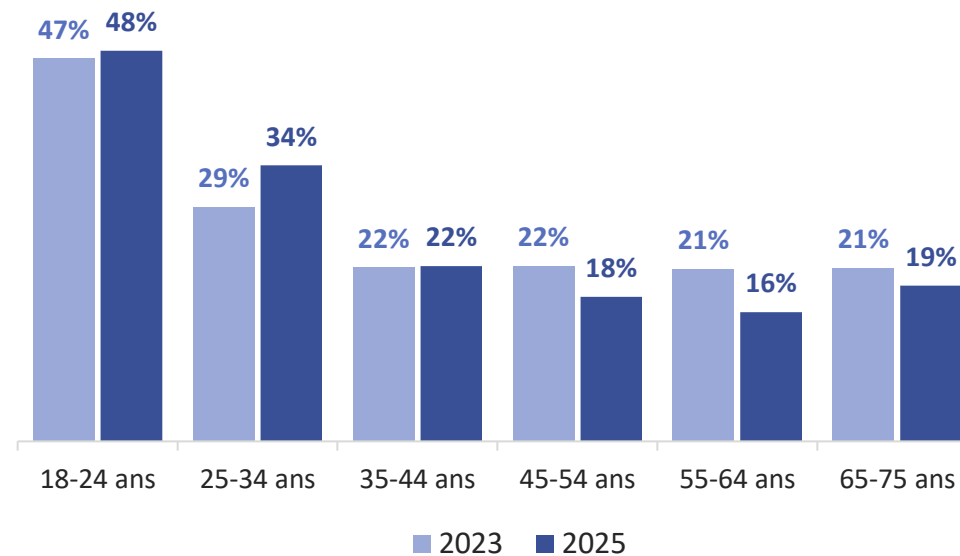
Quels sont les modes de transport que vous avez utilisés pour vous rendre sur vos lieux de vacances (ou week-ends) au cours des 12 derniers mois ?

Q31 - Base : individus partis en vacances ou en week-end au moins une fois au cours des 12 derniers mois, n = 3108

Part utilisant l'avion en fonction de l'âge



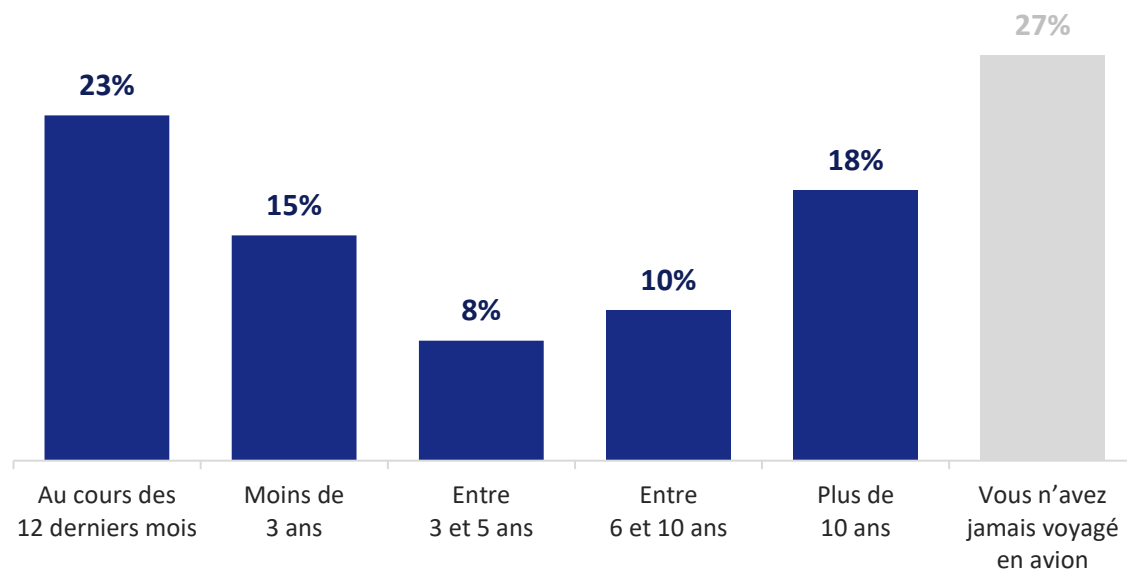
Part utilisant le train en fonction de l'âge



73% des Français ont déjà eu recours au transport aérien au cours de leur vie

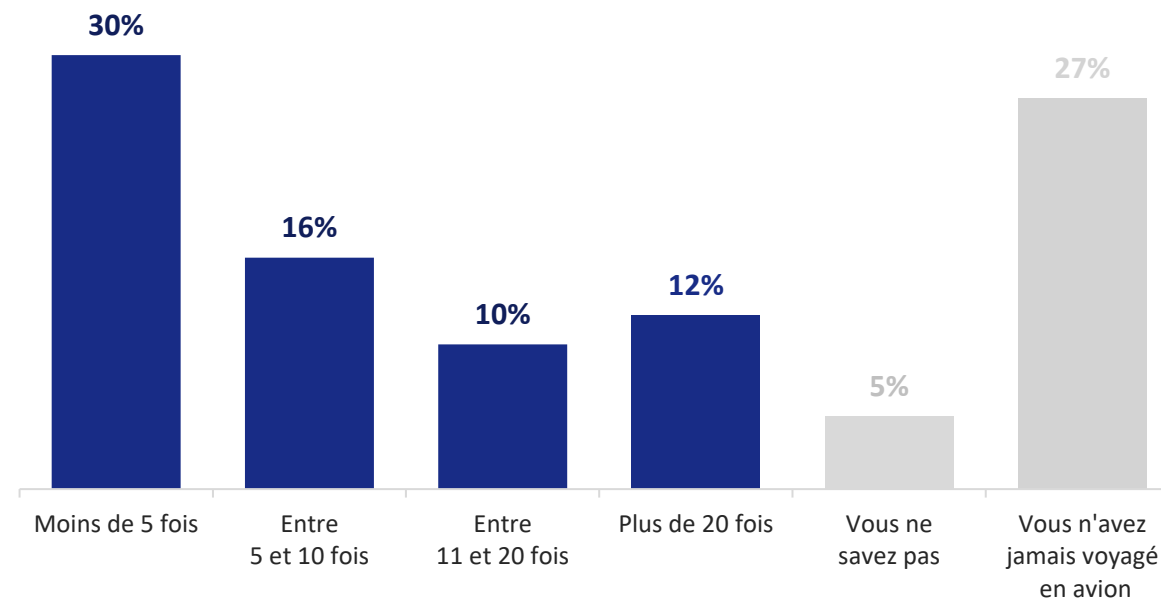
À quand remonte la dernière fois que vous avez voyagé en avion pour partir en vacances ou en week-end ?

Q34 - Base totale, n=4000



Combien de fois avez-vous pris l'avion au cours de votre vie pour partir en vacances ou en week-end ?

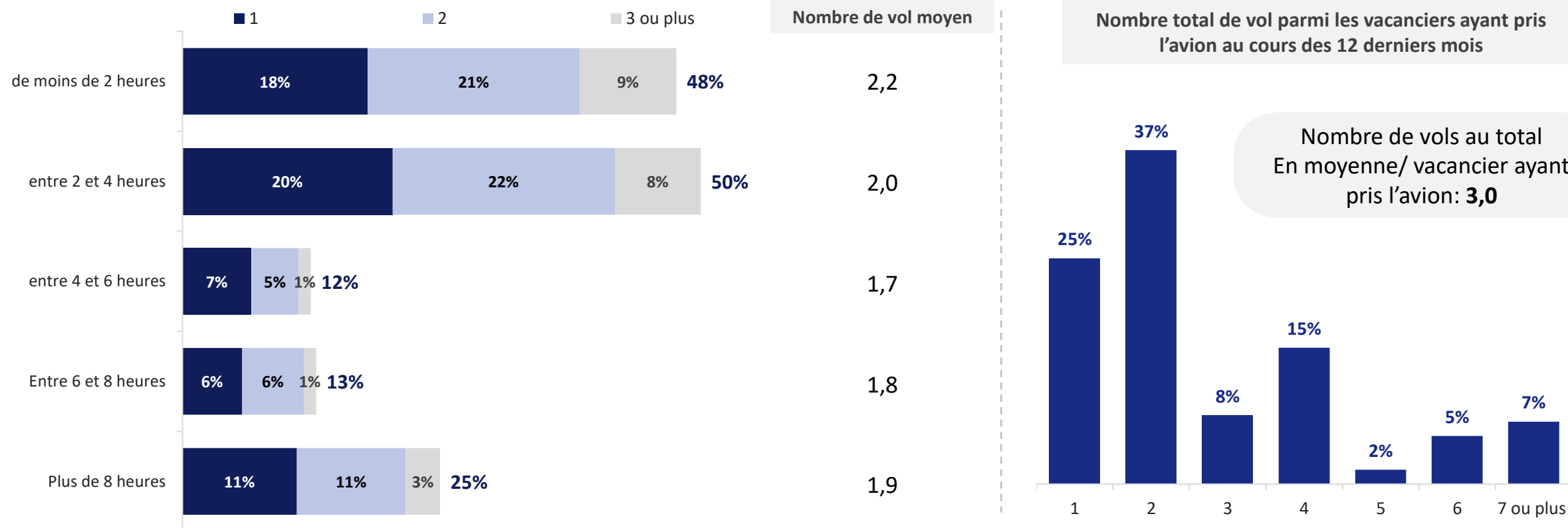
Q36 - Base totale, n=4000



Une moyenne de 3 vols par an

Combien de fois avez-vous pris l'avion (nombre total de trajets : un aller-retour compte pour 2 trajets) au cours des 12 derniers mois pour partir en week-ends ou en vacances ?

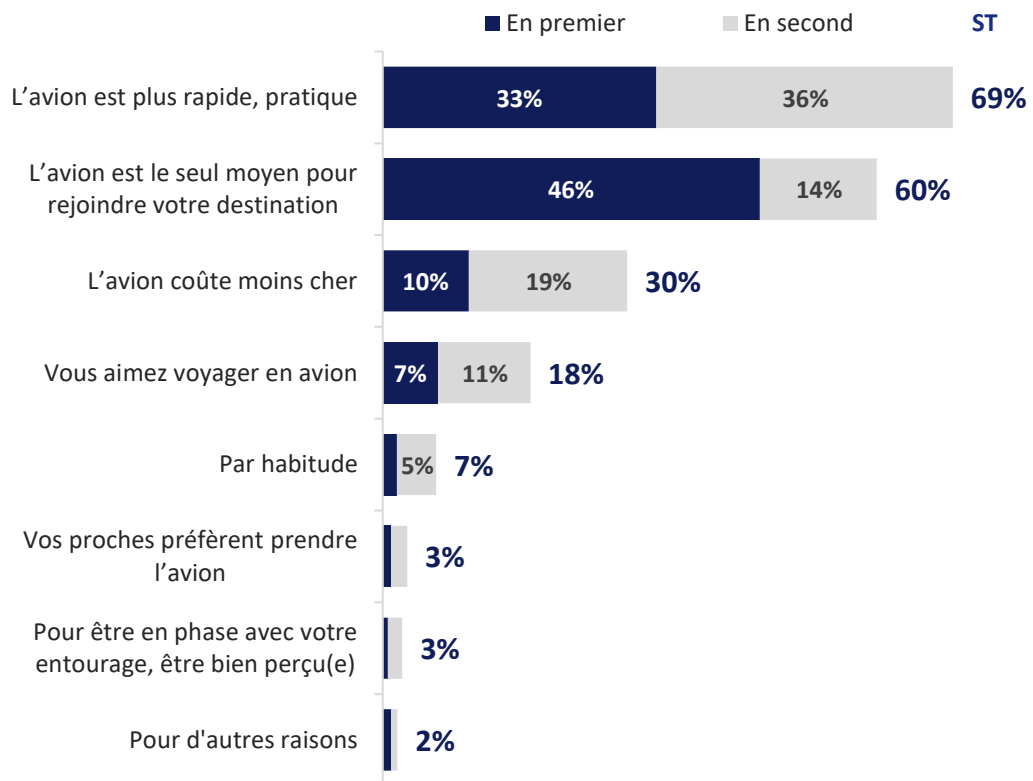
Q32 - Base : individus partis en vacances en avion au cours des 12 derniers mois, n=931



Au-delà de la praticité, le sentiment répandu de ne pas avoir d'alternatives possibles au recours à l'avion

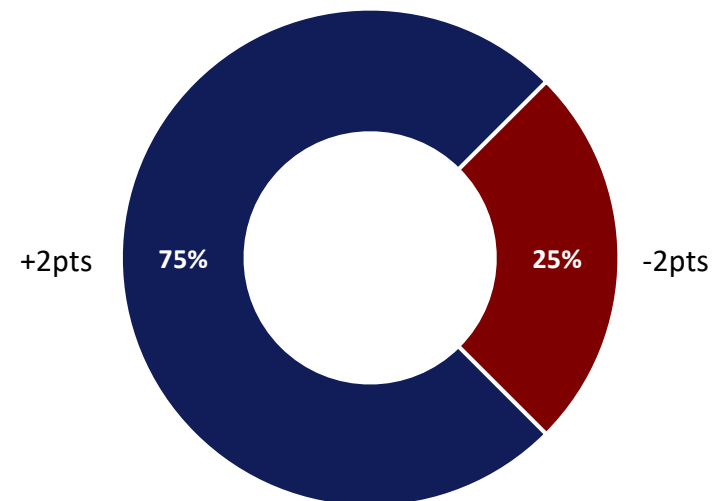
Pour quelles raisons avez-vous pris l'avion pour partir en vacances ou en week-end ?

Q37 - Base : individus partis en vacances ou en week-end au moins une fois en avion au cours des 12 derniers mois, n = 928



Q38 - Le fait de prendre l'avion est plutôt...

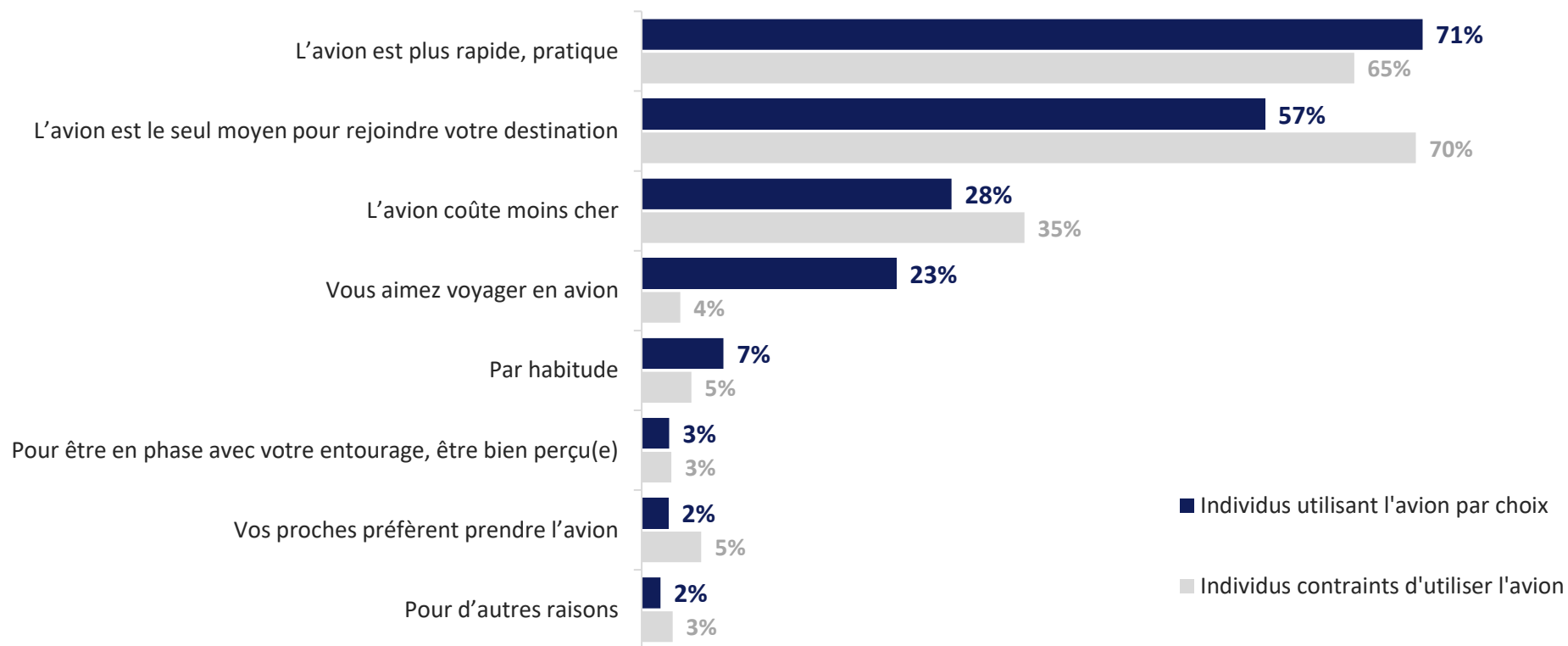
- Un choix, vous aimez prendre l'avion
- Une contrainte, vous auriez préféré utiliser un autre mode de transport



Praticité et manque d'alternatives sont tout autant évoqués par les personnes qui font le choix de l'avion que par celles qui se sentent contraintes de le prendre

Pour quelles raisons avez-vous pris l'avion pour partir en vacances ou en week-end ?

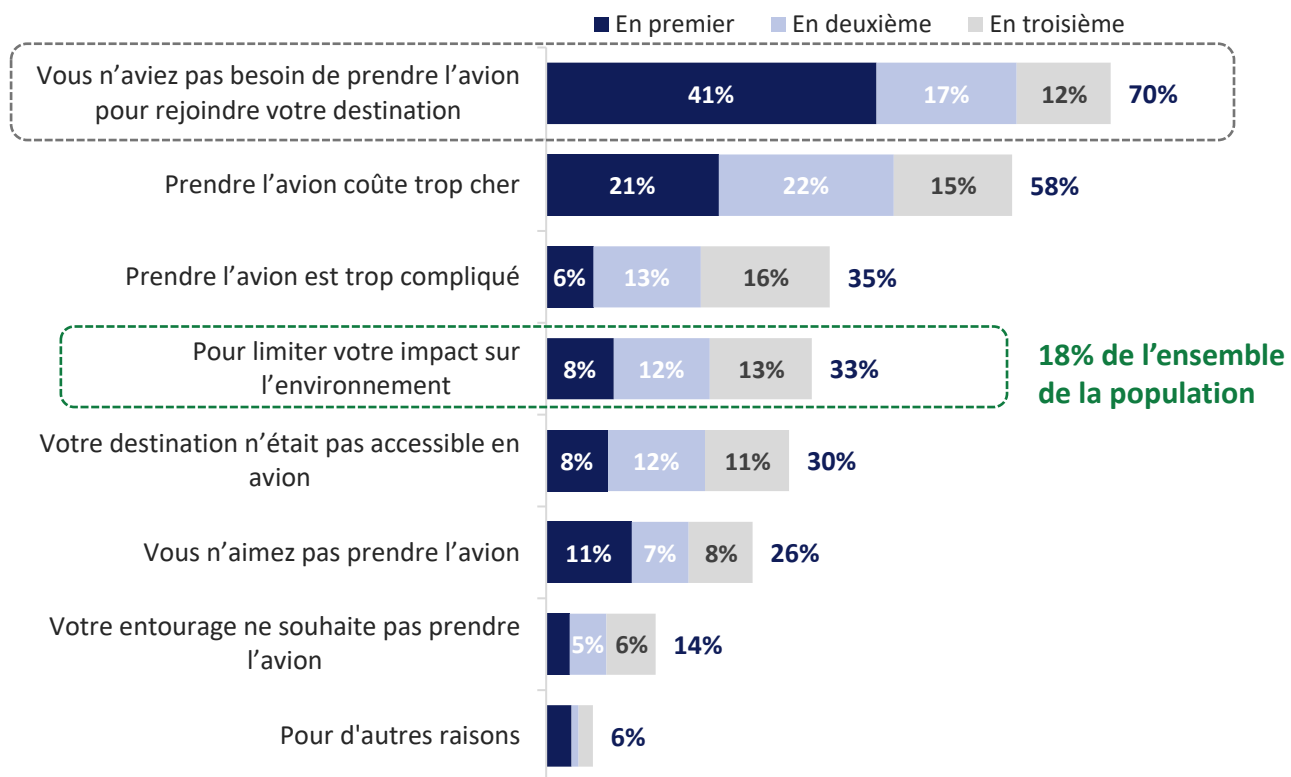
Q34 - Base : individus partis en vacances ou en week-end au moins une fois en avion au cours des 12 derniers mois, n = 928



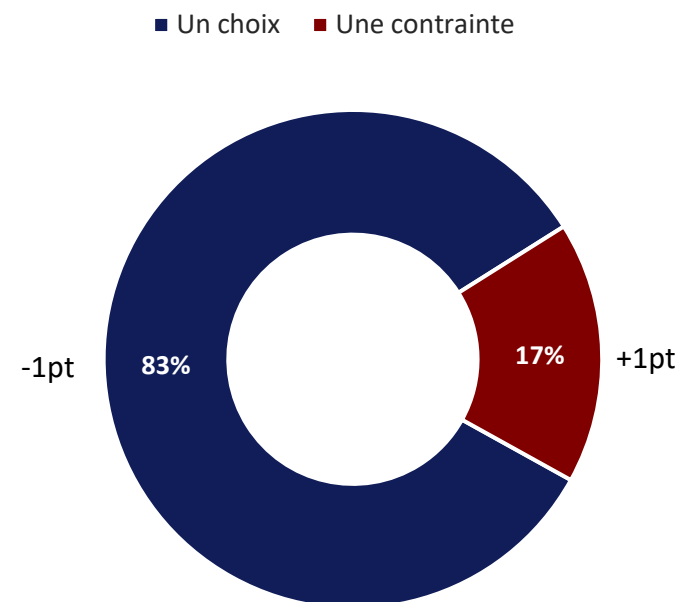
Dans un cas sur trois, l'avion est évité par souci environnemental

Pour quelles raisons n'avez-vous pas pris l'avion pour partir en week-end ou en vacances aux cours des 12 derniers mois ?

Q45 - Base : individus qui n'ont pas utilisé l'avion pour partir en vacances ou en week-end au cours des 12 derniers mois, n = 2198



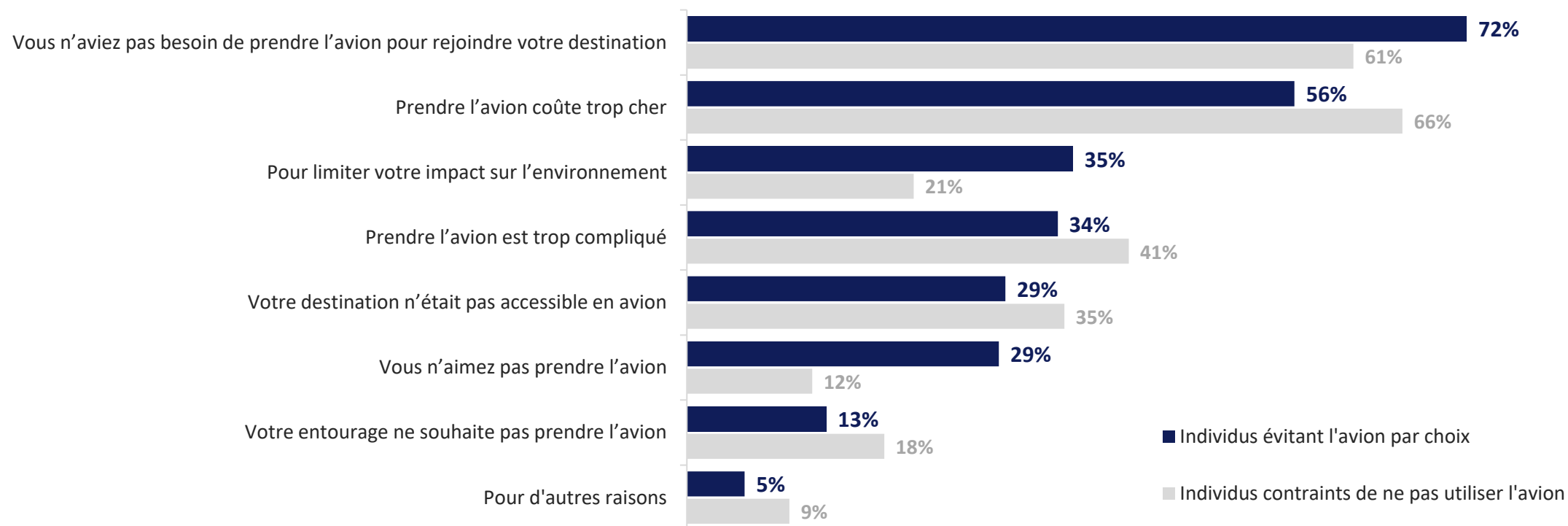
Q46 - Le fait de ne pas prendre l'avion est plutôt...



Le choix de ne pas prendre l'avion : souci environnemental et calcul économique, mais également et surtout des choix de destination qui ne nécessite pas l'usage de l'avion

Pour quelles raisons n'avez-vous pas pris l'avion pour partir en week-end ou en vacances aux cours des 12 derniers mois ?

Q45 - Base : individus qui n'ont pas utilisé l'avion pour partir en vacances ou en week-end au cours des 12 derniers mois, n = 2198



L'usage de l'avion : segmentation de la population

Base totale, n=4000



N'ont pas pris l'avion par souci environnemental

5% =

- Hommes (**55%** vs 49%)
- Actifs occupés (**67%** vs 58%)
- Habitants de communes urbaines denses (**48%** vs 41%)
- Diplômés de l'enseignement supérieur (**37%** vs 31%)
- 55-75 ans (**29%** vs 34%)

N'ont pas pris l'avion car n'en ont pas eu besoin

32% -2pts

- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale
- Faible contrainte budgétaire (**70%** vs 63%)

N'ont pas pris l'avion pour une autre raison (hors raisons écologiques)

7% -3pts

- Femmes (**58%** vs 51%)
- CSP- (**35%** vs 29%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (**54%** vs 45%)
- Diplômés de l'enseignement supérieur (**20%** vs 31%)
- 18-34 ans (**20%** vs 28%)

N'ont pas pris l'avion car ne sont pas partis en vacances

23% =

- Femmes (**59%** vs 51%)
- 35-54 ans (**46%** vs 37%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (**72%** vs 45%)
- Forte contrainte budgétaire (**50%** vs 33%)
- Actifs occupés (**40%** vs 58%)

N'ont pas pris l'avion, mais auraient aimé le faire

9% =

- 35-54 ans (**46%** vs 37%)
- En couple avec enfant(s) (**43%** vs 30%)
- CSP- (**36%** vs 29%)
- Forte contrainte budgétaire (**41%** vs 33%)
- 55-75 ans (**23%** vs 34%)

Ont pris l'avion par contrainte

6% +2pts

- 18-34 ans (**41%** vs 28%)
- CSP+ (**24%** vs 14%)
- Niveau de vie aisé – Supérieur à 2000€ /mois/UC (**44%** vs 31%)
- Habitants de communes urbaines denses (**52%** vs 41%)
- Alarmés par la situation écologique (**42%** vs 34%)

Ont pris l'avion par choix

17% +3pts

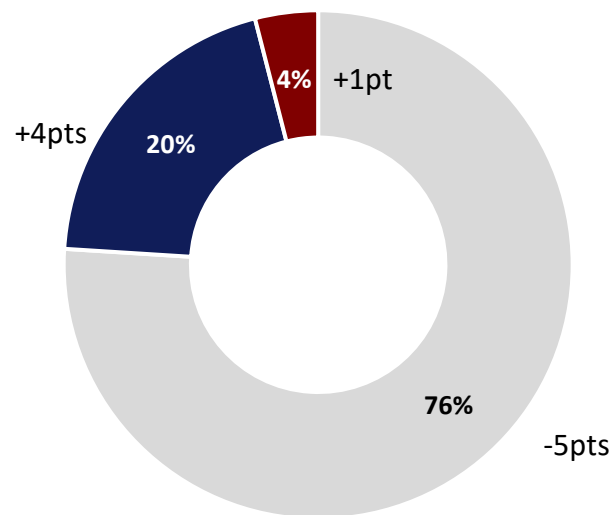
- 18-34 ans (**39%** vs 28%)
- CSP+ (**22%** vs 14%)
- Niveau de vie aisé – Supérieur à 2000€ /mois/UC (**50%** vs 31%)
- Habitants de communes urbaines denses (**52%** vs 41%)
- Alarmés par la situation écologique (**29%** vs 34%)

Sous-total :
N'ont pas pris l'avion
77% -4pts

Seules 4% des personnes qui se déplacent en avion ont le sentiment d'y avoir recours de manière excessive...

Concernant votre usage de l'avion, vous diriez que ... ?

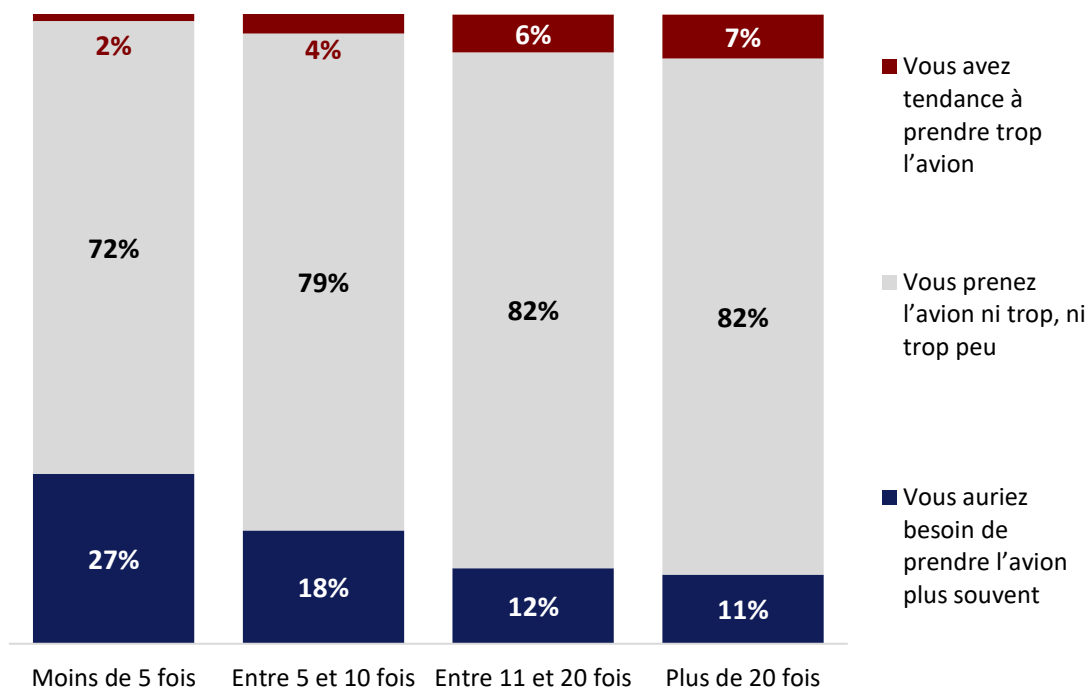
Q39 - Base : Ont déjà pris l'avion, n = 2966



- Vous prenez l'avion ni trop, ni trop peu
- Vous auriez besoin de prendre l'avion plus souvent
- Vous avez tendance à prendre trop l'avion

Perception de ses habitudes en matière d'utilisation de l'avion selon le nombre de fois que l'avion a été pris au cours de sa vie pour partir en vacances/week-ends

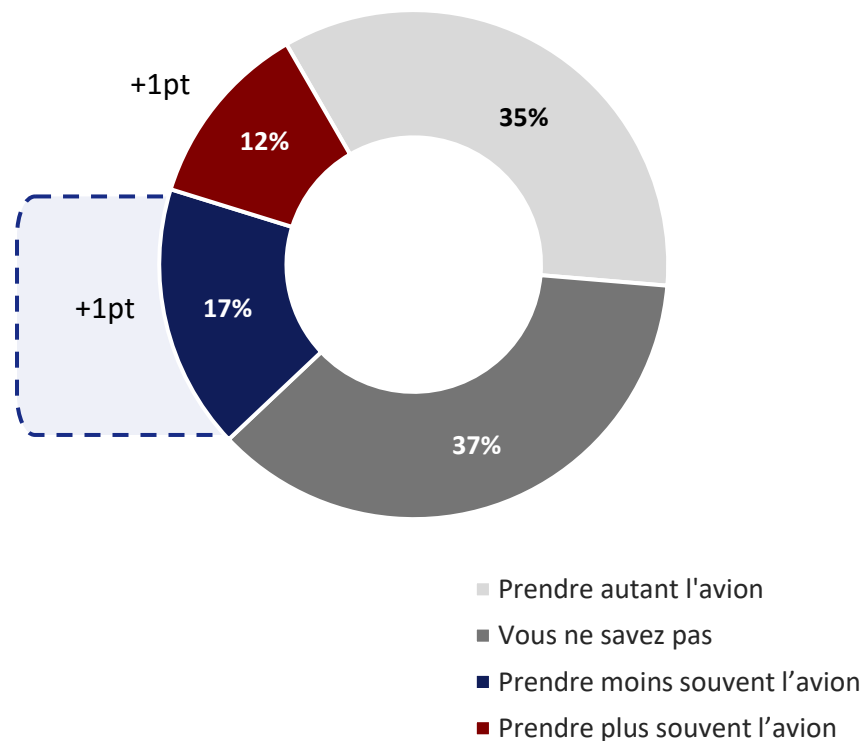
Q39 - Base : Ont déjà pris l'avion, n = 2966



12% des personnes qui voyagent en avion envisagent de le prendre plus souvent à l'avenir pour 17% qui envisagent de le prendre moins souvent

Concernant votre recours à l'avion au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q40 - Base : Ont déjà pris l'avion, n = 2966

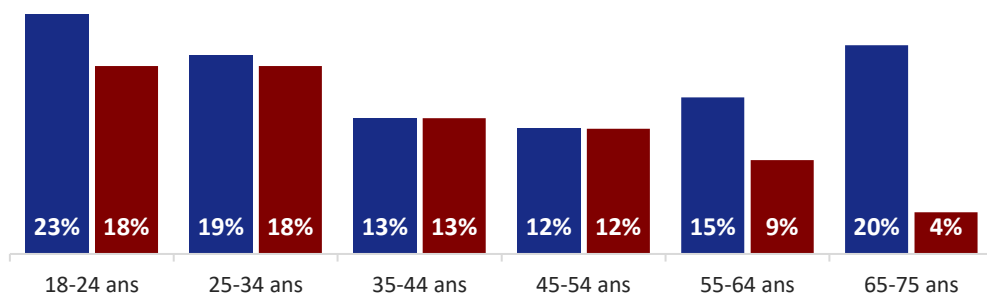


La volonté de réduire l'usage de l'avion plus répandue parmi les jeunes et les diplômés aisés

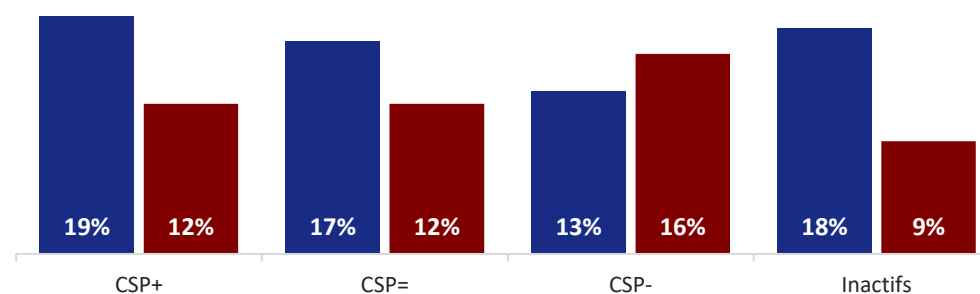
Concernant votre recours à l'avion au cours des prochaines années, envisagez-vous de...

Q40 - Base : Ont déjà pris l'avion, n = 2966

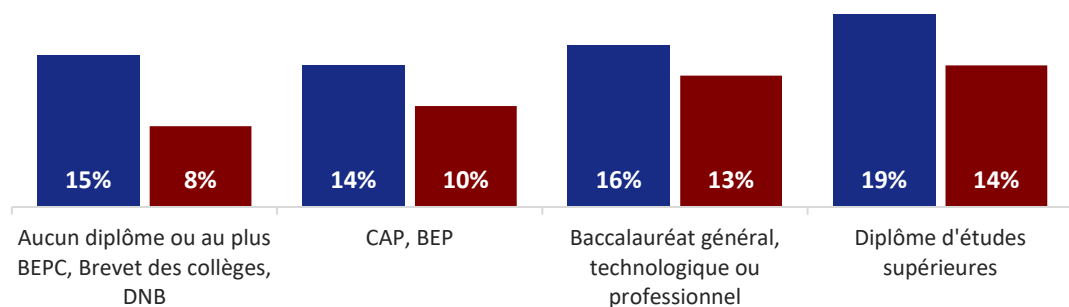
Réduire / augmenter l'usage de l'avion
en fonction de l'âge



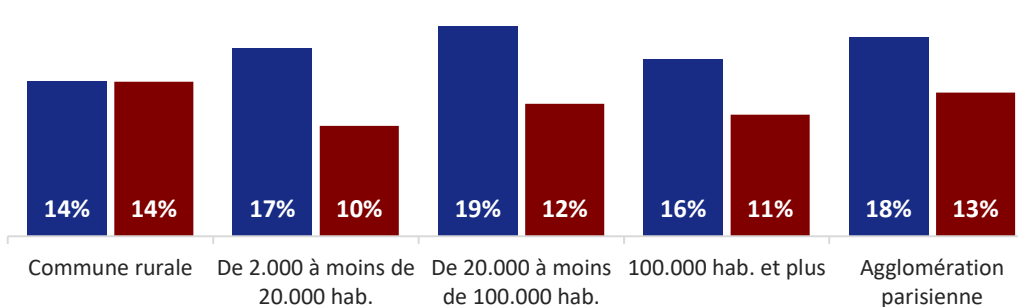
Réduire / augmenter l'usage de l'avion
en fonction de la CSP



Réduire / augmenter l'usage de l'avion
en fonction du niveau de diplôme



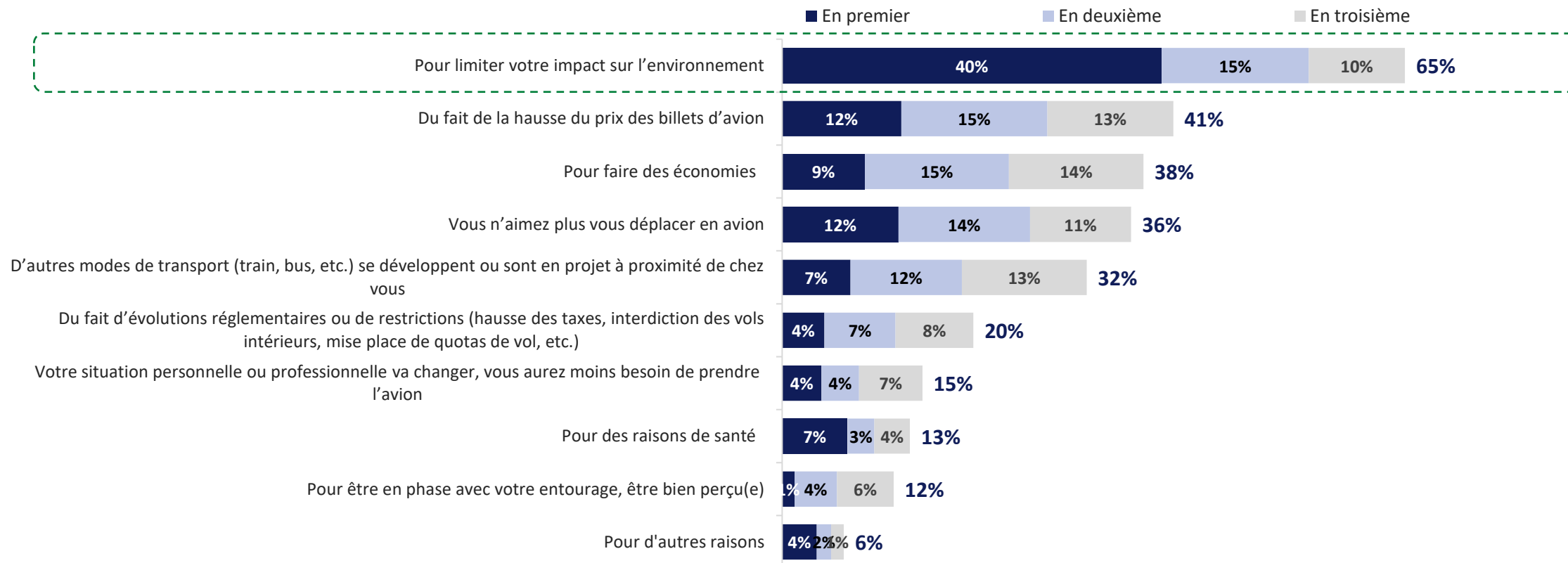
Réduire / augmenter l'usage de l'avion
en fonction de la position dans le territoire



L'impact environnemental de l'avion : première motivation à réduire son usage

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de prendre moins souvent l'avion dans les prochaines années ?

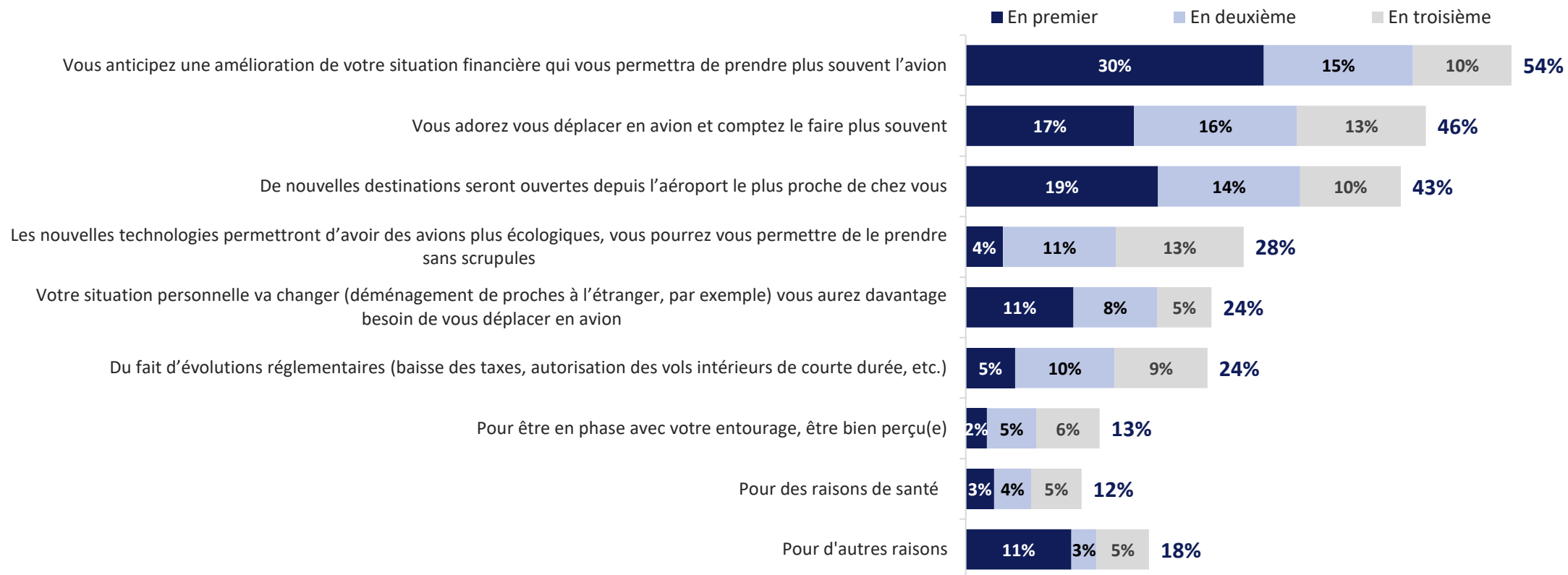
Q41 - Base : envisagent de réduire l'usage de l'avion dans les prochaines années, n=487



Les raisons de l'envie de prendre l'avion plus souvent : entre amélioration de sa situation financière et plaisir

Pour quelles raisons principales envisagez-vous de prendre plus souvent l'avion dans les prochaines années ?

Q42 - Base : envisagent d'augmenter l'usage de l'avion dans les prochaines années, n=358



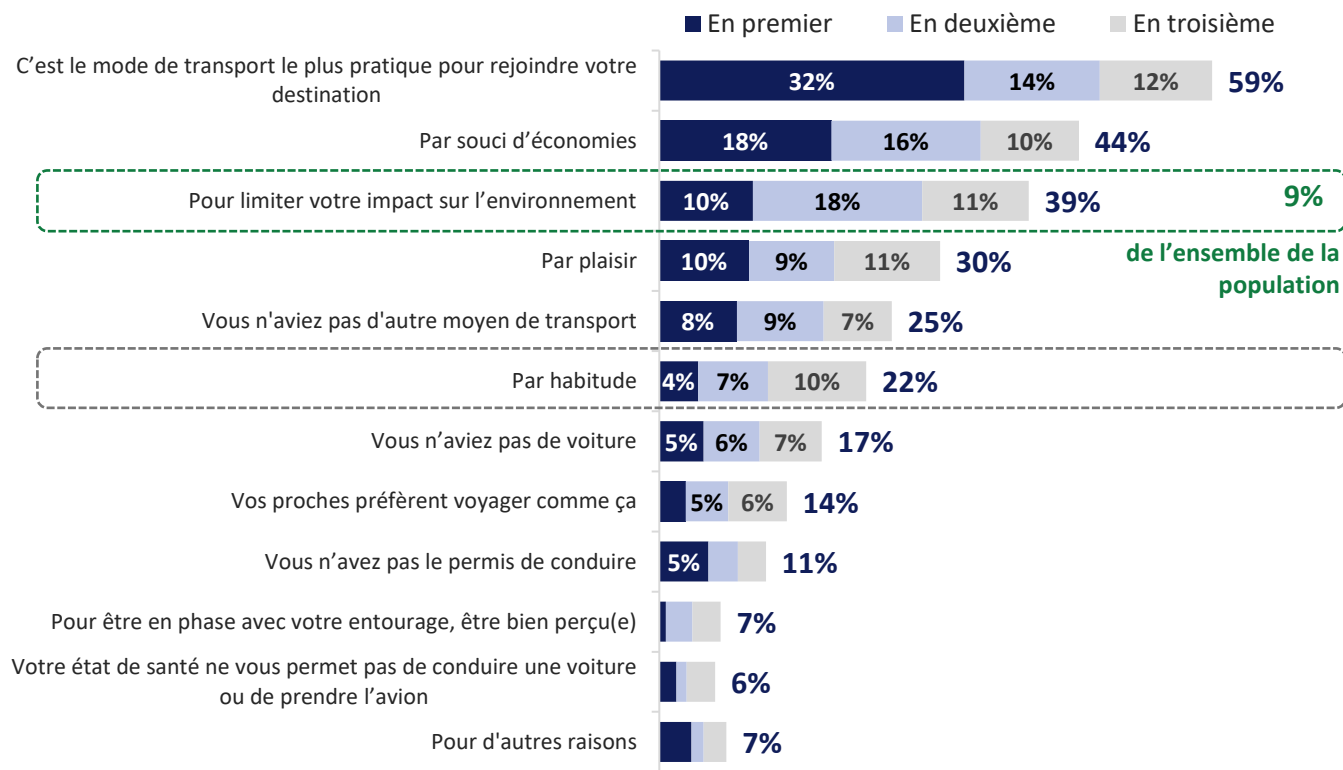
Tourisme : Transports alternatifs



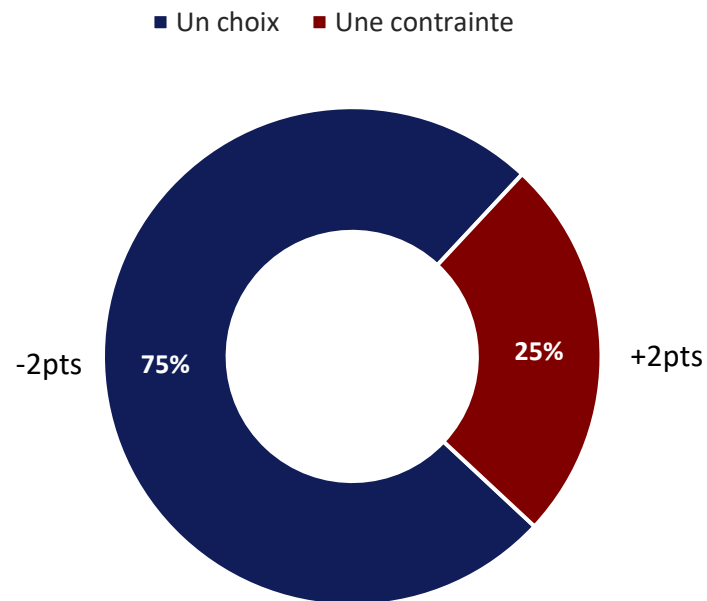
Dans un peu plus d'un cas sur trois, l'usage des modes alternatifs est justifié par une préoccupation environnementale

Pour quelles raisons êtes-vous parti(e) en vacances ou en week-end en [train / vélo / car / covoiturage] ?

Q43 - Base : ont utilisés pour les vacances le [train / vélo / car / covoiturage], n=891



Q44 - Le fait de prendre [TRANSPORT] est plutôt...



La préoccupation environnementale particulièrement évoquée par les personnes parties en vélo ou en covoiturage

Pour quelles raisons êtes-vous parti(e) en vacances ou en week-end en [train / vélo / car / covoiturage] ?

Q43 - Base : ont utilisés pour les vacances : le train, n=593 / le vélo, n= 45 / le car, n=132 / le covoiturage, n=121

	Train	Car	Vélo	Covoiturage	Total	Ensemble Français
C'est le mode de transport le plus pratique pour rejoindre votre destination	68%	47%	19%	38%	59%	13%
Par souci d'économies	39%	53%	30%	64%	44%	10%
Pour limiter votre impact sur l'environnement	40%	23%	50%	47%	39%	9%
Par plaisir	28%	24%	65%	31%	30%	7%
Vous n'aviez pas d'autre moyen de transport	23%	35%	13%	24%	25%	6%
Par habitude	22%	17%	18%	29%	22%	5%
Vous n'aviez pas de voiture	15%	27%	20%	19%	17%	4%
Vos proches préfèrent voyager comme ça	13%	10%	33%	11%	14%	3%
Vous n'avez pas le permis de conduire	12%	15%	4%	7%	11%	3%
Pour être en phase avec votre entourage, être bien perçu(e)	5%	8%	16%	9%	7%	2%
Votre état de santé ne vous permet pas de conduire une voiture ou de prendre l'avion	6%	7%	9%	3%	6%	1%
Pour d'autres raisons	7%	10%	6%	5%	7%	2%

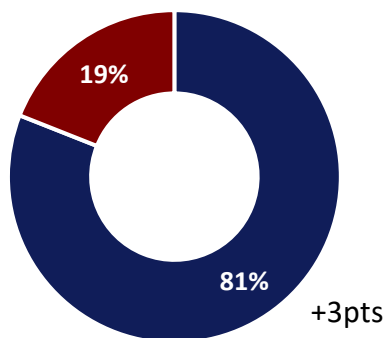
Le niveau de contrainte nettement plus fort dans le cas de l'usage du car

En général, le fait d'être parti(e) en vacances ou en week-end en [train / vélo / car / covoiturage] est-il plutôt ?

Q44 - Base : ont utilisés pour les vacances : le train, n=593 / le vélo, n= 45 / le car, n=132 / le covoiturage, n=121

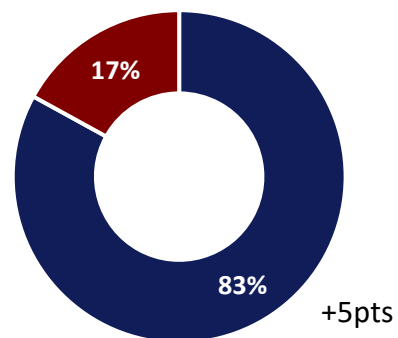
Le train

■ Un choix ■ Une contrainte



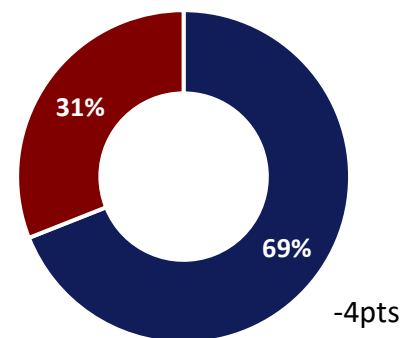
Le vélo

■ Un choix ■ Une contrainte



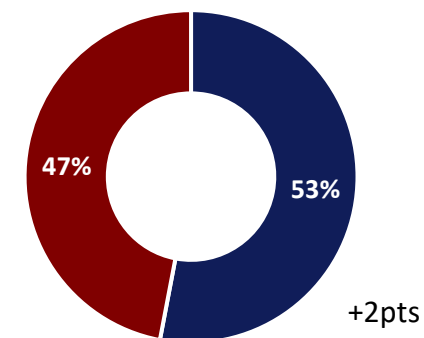
Le covoiturage

■ Un choix ■ Une contrainte



Le car

■ Un choix ■ Une contrainte



L'usage des transports alternatifs : segmentation de la population

Base totale, n=4000



Partis en vacances en transport alternatif par souci environnemental

6% -1pt

- Hommes (**59%** vs 49%)
- 18-34 ans (**48%** vs 28%)
- CSP+ (**28%** vs 14%)
- Habitants de communes urbaines denses (**70%** vs 41%)
- Niveau de vie aisé – Supérieur à 2000€ /mois/UC (**50%** vs 31%)
- ⚡ Parents (**40%** vs 61%)

Partis en vacances en transport alternatif par habitude

4% +1pt

- Hommes (**60%** vs 49%)
- 18-34 ans (**48%** vs 28%)
- CSP- (**36%** vs 29%)
- Habitants de communes urbaines denses (**64%** vs 41%)
- Niveau de vie intermédiaire – 1500 à 2000€ /mois/UC (**29%** vs 23%)
- ⚡ Parents (**39%** vs 61%)

Partis en vacances en transport alternatif pour d'autre raison

7% -1pt

- 18-34 ans (**36%** vs 28%)
- CSP+ (**22%** vs 14%)
- Habitants de communes urbaines denses (**63%** vs 41%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (**50%** vs 45%)

Partis en vacances en transport alternatif, mais auraient préféré prendre l'avion ou la voiture

6% =

- 18-34 ans (**59%** vs 28%)
- Étudiants (**23%** vs 7%)
- CSP+ (**28%** vs 14%)
- Habitants de communes urbaines denses (**63%** vs 41%)
- ⚡ Parents (**35%** vs 61%)

Sont partis en vacances en mobilité thermique (avion ou voiture)

54% +1pt

- = Profil socio-démographique très similaire à la population générale
- Parents (**70%** vs 61%)

Ne sont pas partis en vacances, ni week-ends

23% =

- Femmes (**59%** vs 51%)
- 55-75 ans (**40%** vs 34%)
- CSP+ (**24%** vs 14%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (**72%** vs 45%)
- Forte contrainte budgétaire (**50%** vs 33%)
- ⚡ Actifs occupés (**40%** vs 58%)

Sous-total :
Partis en vacances en transport alternatif
23% -2pts

Logement



Logement – À retenir

- 1 Français sur 5 estime vivre dans un logement « trop petit » pour ses besoins, surtout lorsque la surface est inférieure à 35 m² par personne. 17% admettent à l'inverse que la taille de leur logement excède leurs besoins.
- 28 % jugent leur isolation hivernale mauvaise et 34 % leur isolation estivale insuffisante.
- 20 % estiment que leur logement n'est pas assez chauffé, un ressenti plus fréquent chez ceux qui ne peuvent pas contrôler la température.
- 38 % des Français chauffent au-delà de 19°C, pour une moyenne nationale de 19,9°C.
- 83 % déclarent s'habiller plus chaudement avant d'augmenter le chauffage, principalement pour des raisons économiques (et pour 45 % d'entre eux, environnementales).
- Plus de la moitié des Français (53 %) utilisent des ventilateurs ou brasseurs d'air et 24 % des ménages disposent d'une climatisation, en forte progression (+6 points).
- L'usage de la clim démarre en moyenne à 31°C et la température de consigne est fixée à 23,5°C.
- Seuls 8 % des foyers équipés de climatisation estiment en faire un usage excessif, quand 22 % des Français n'en possèdent pas, mais aimeraient en avoir.
- Dans la grande majorité des cas (66%), le fait de ne pas posséder de climatisation est motivée par son coût jugé trop important, mais 38 % s'en passent par souci écologique.

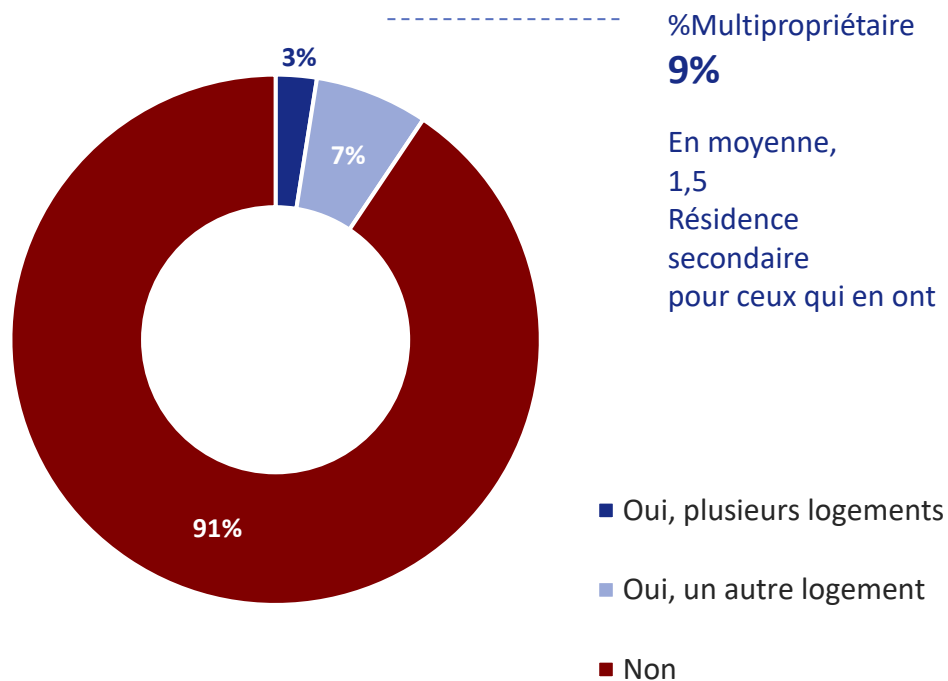
Logement : vue d'ensemble



La multipropriété et son usage

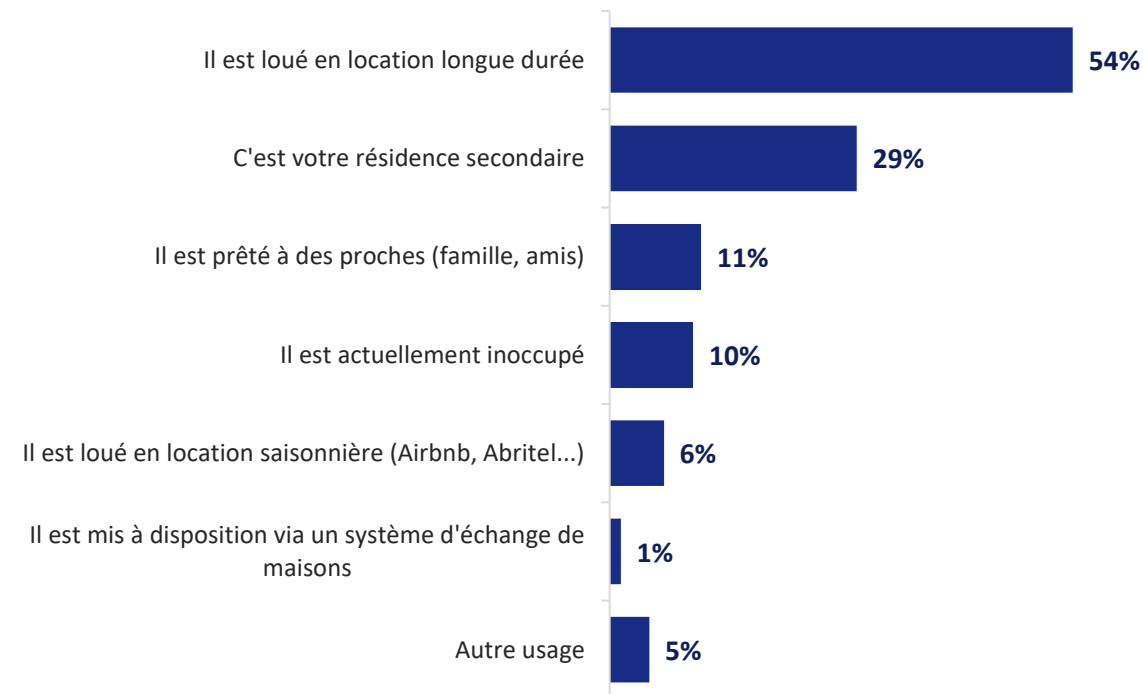
Êtes-vous propriétaire d'un (ou plusieurs) logement(s) qui n'est / ne sont pas votre résidence principale ?

Q61 - Base totale, n=4000



Quel(s) usage(s) faites-vous de ce ou ces autre(s) logement(s) ?

Q62 - Base : propriétaire d'un logement secondaire, n= 402/ Plusieurs réponses

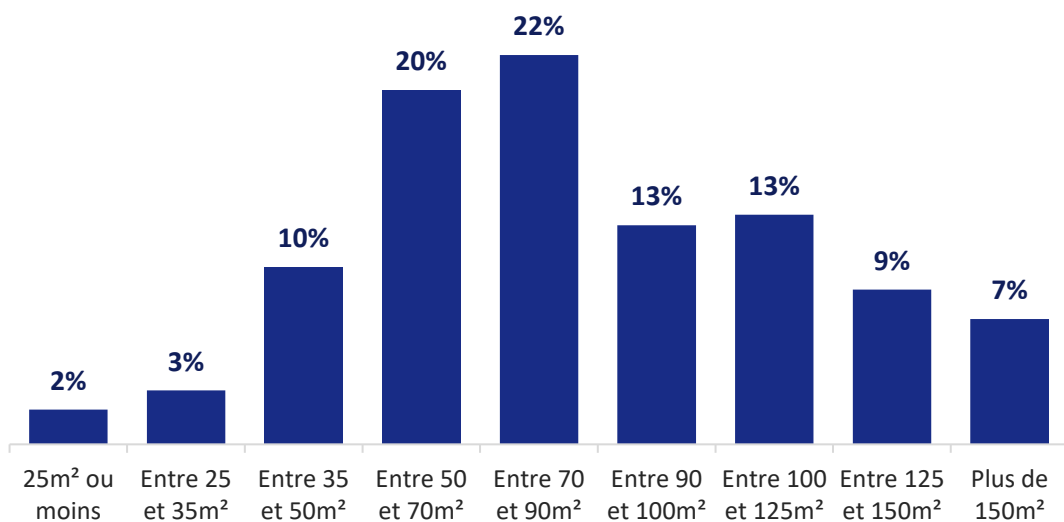


Les Français vivent dans un logement d'une superficie moyenne de 93m² (soit 44m² par personne)

Quelle est la surface de votre logement... ?

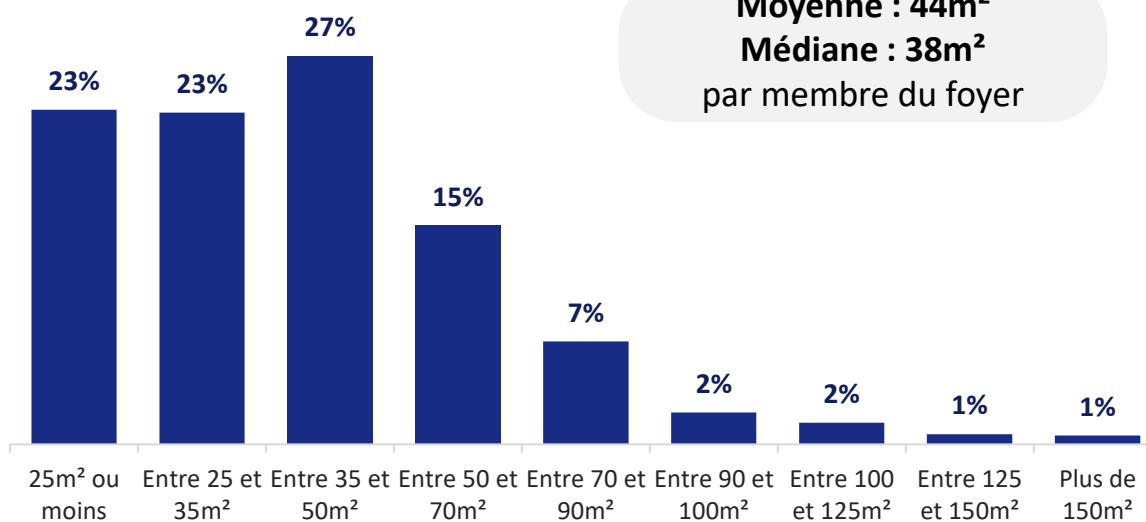
Q59 - Base totale (hors NSP), n=3609 – Réponses libres

Moyenne : 93m²
Médiane : 85m²



Surface du logement disponible (en m²) par membre du foyer

Moyenne : 44m²
Médiane : 38m²
par membre du foyer

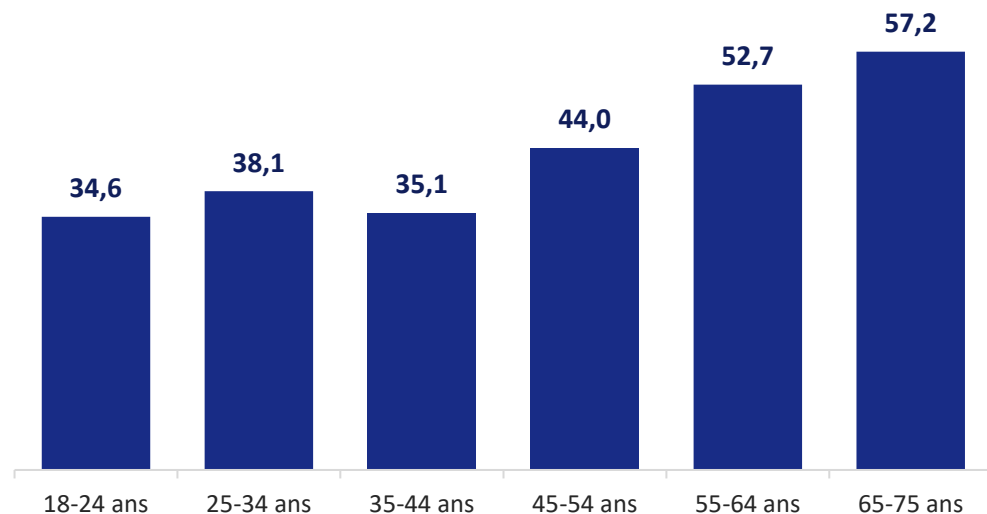


La surface par personne corrélée à l'âge des répondants ainsi qu'à leur niveau de vie

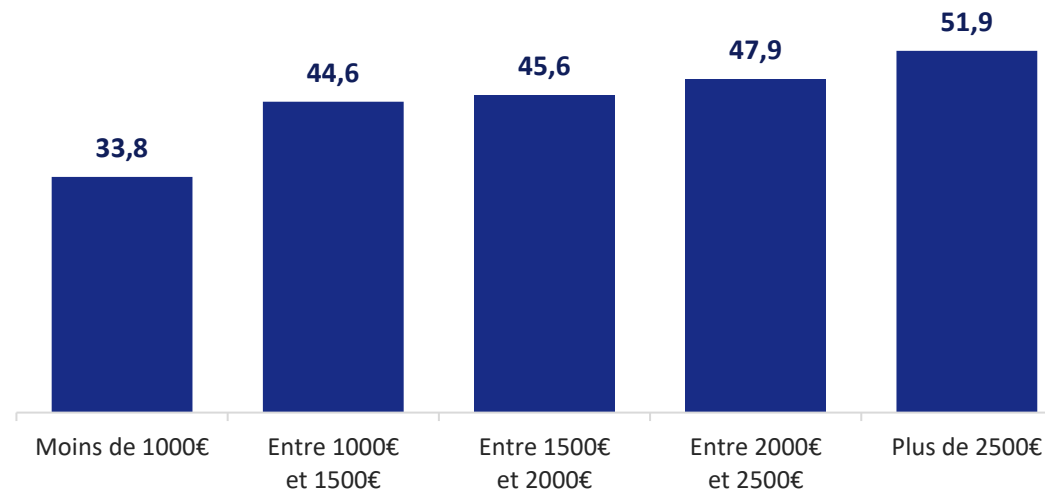
Surface du logement disponible par membre du foyer

Mesurée à partir de Q59 - Base totale (hors NSP), n=3609

Surface du logement disponible moyen (en m²) par membre du foyer selon l'âge
(hors répondants qui habitent chez leurs parents)



Surface du logement disponible moyen (en m²) par membre du foyer selon le
niveau de vie (mensuels nets par unité de consommation)

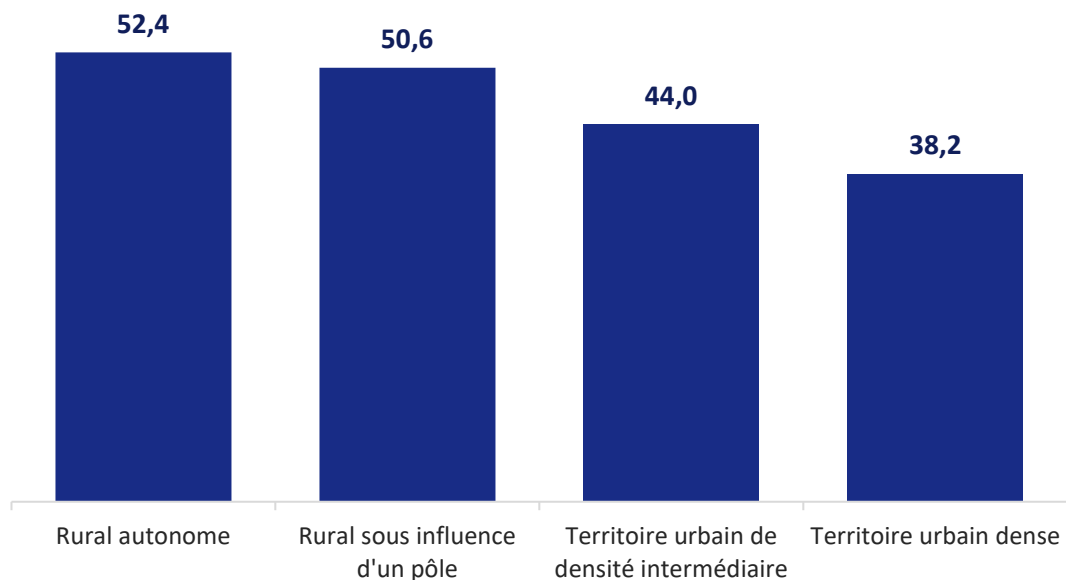


La surface du logement ramenée au nombre de membres dans le foyer selon le lieu de résidence

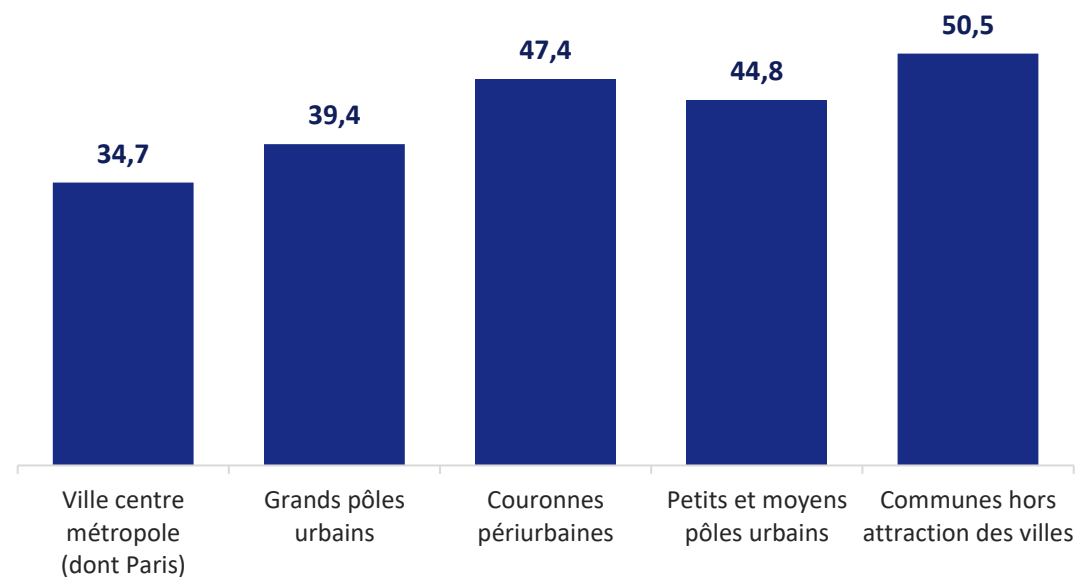
Surface du logement disponible par membre du foyer

Mesurée à partir de Q59 - Base totale (hors NSP), n=3609

Surface habitable moyenne (en m²) par membre du foyer selon la densité du territoire



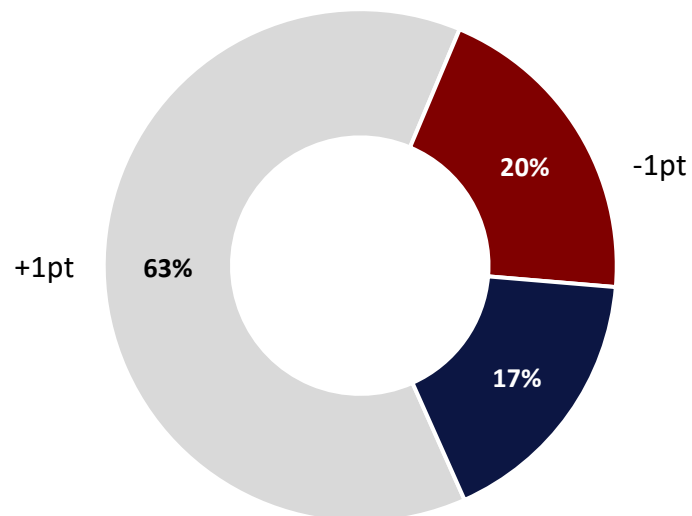
Surface habitable moyenne (en m²) par membre du foyer selon la position sur le territoire



1 Français sur 5 estime vivre dans un logement trop petit compte tenu de ses besoins

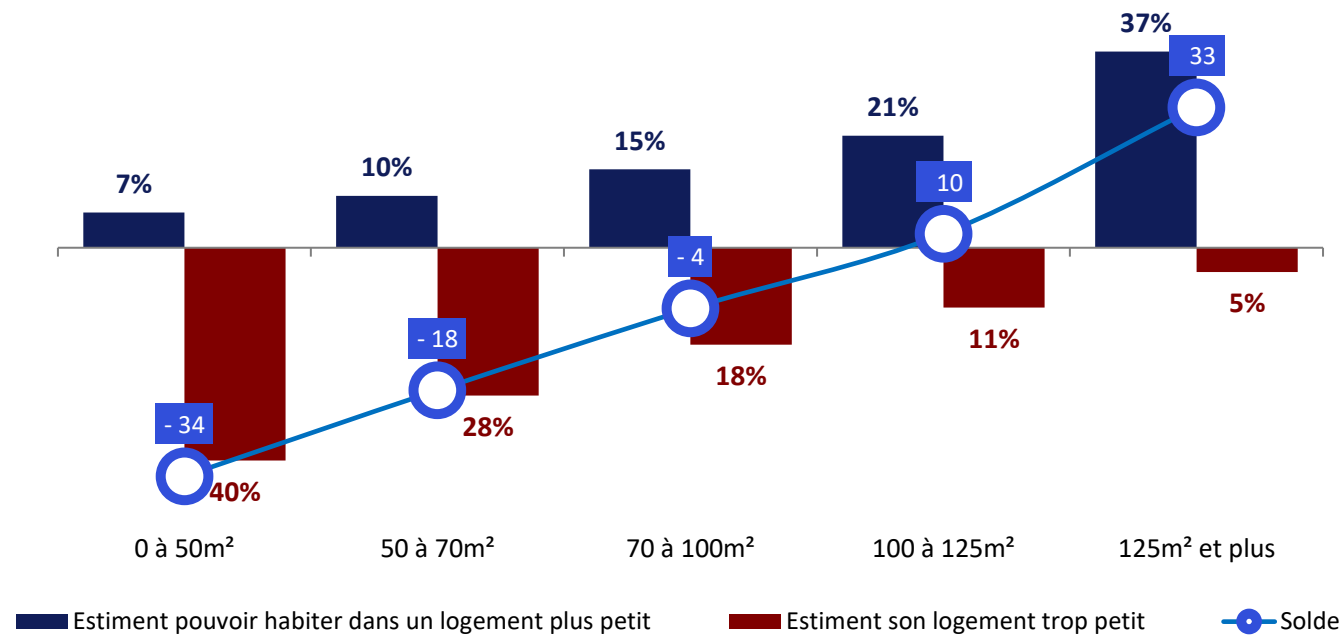
Concernant la taille de votre logement, vous diriez que... ?

Q60 - Base totale, n=4000



- Votre logement correspond à vos besoins, il n'est ni trop grand, ni trop petit
- Vous auriez besoin d'habiter dans un logement plus grand
- Vous pourriez habitez dans un logement plus petit

Perception de la taille de son logement selon la taille de son logement



Un sentiment répandu de manquer d'espace en dessous de 35m² par personne

Perception de la taille de son logement selon la surface disponible

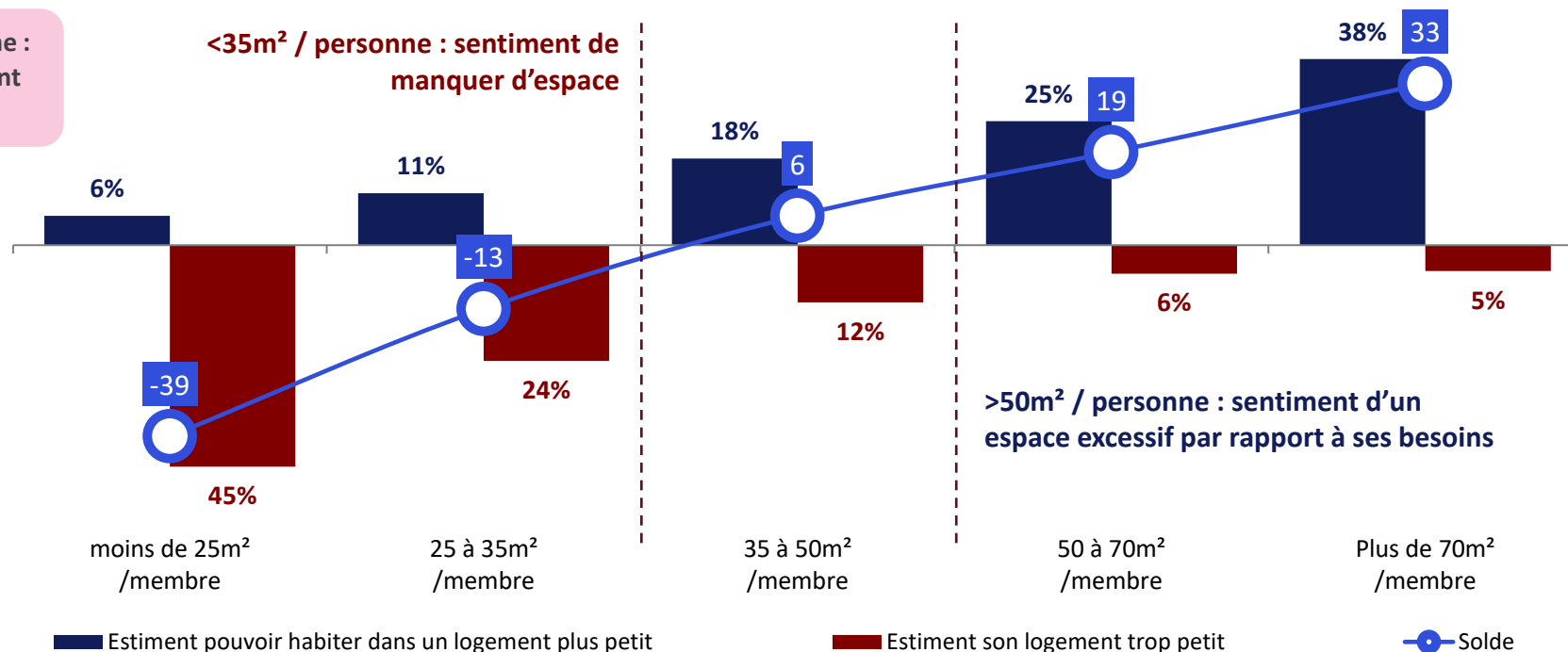
Q60 - Base totale (hors NSP la taille de son logement), n=3609

Perception de la taille de son logement selon la taille de son logement (au m² par membre du foyer)

Moins de 35m² / personne :
34% jugent leur logement
trop petit

<35m² / personne : sentiment de
manquer d'espace

Plus de 50m² / personne :
31% jugent leur logement
trop grand

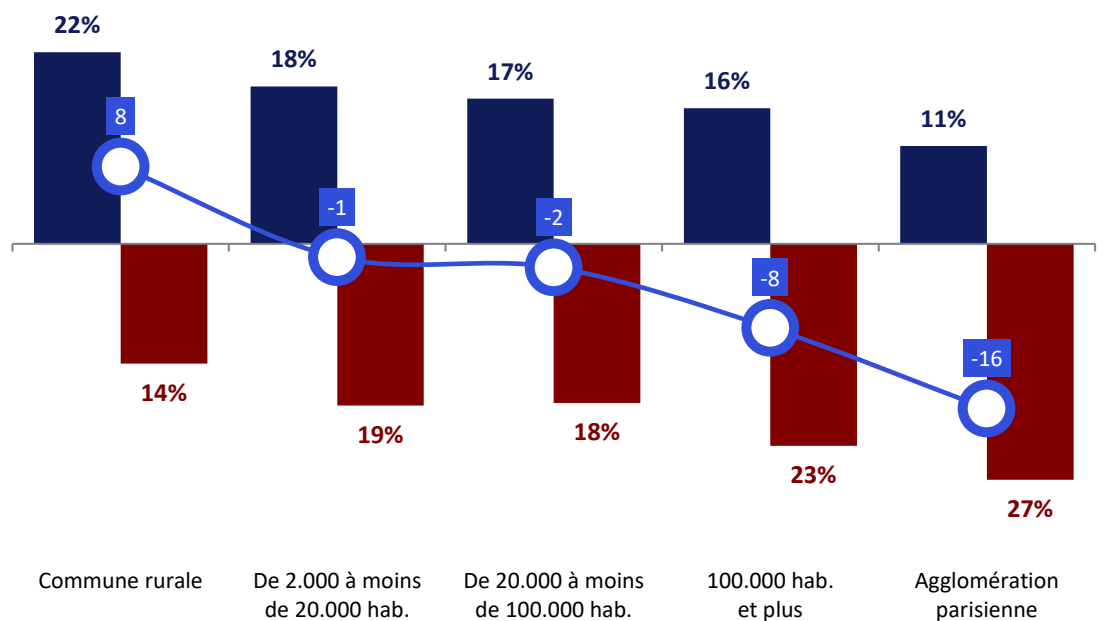


Une situation très liée à la position sur le territoire

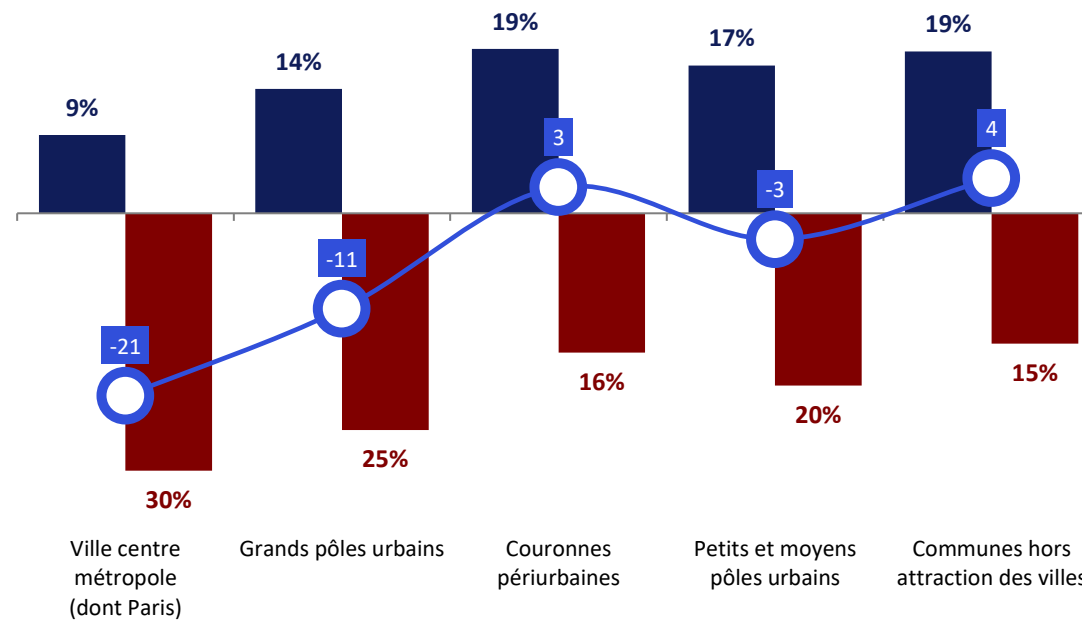
Perception de la taille de son logement selon le lieu de résidence

Q60 - Base totale, n=4000

Perception de la taille de son logement selon la taille d'agglomération



Perception de la taille de son logement selon la position dans le territoire



■ Estiment pouvoir habiter dans un logement plus petit ■ Estiment son logement trop petit ● Solde

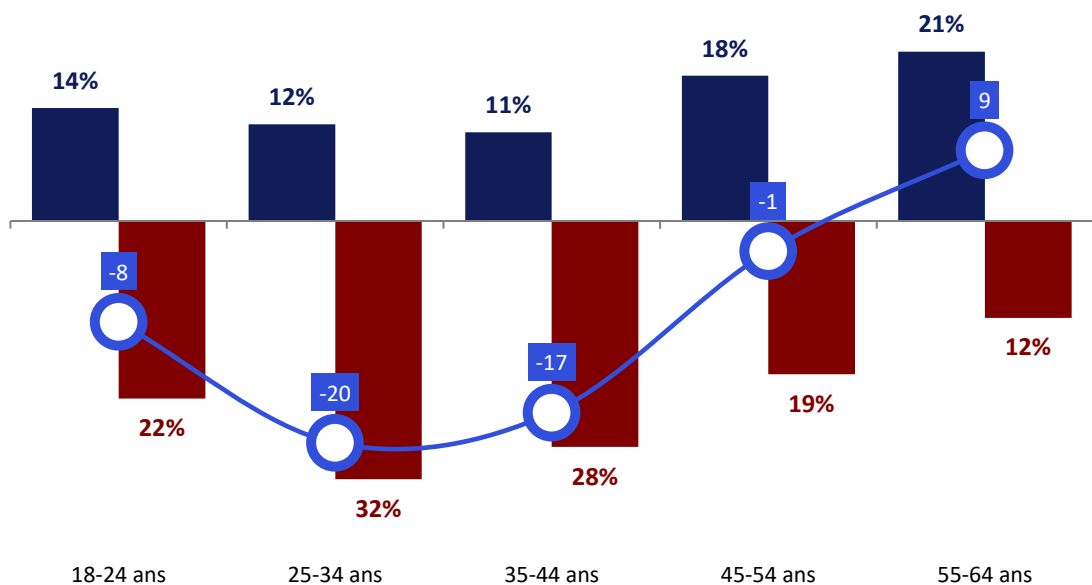
■ Estiment pouvoir habiter dans un logement plus petit ■ Estiment son logement trop petit ● Solde

Une situation aussi liée à l'âge et au sentiment de contrainte budgétaire

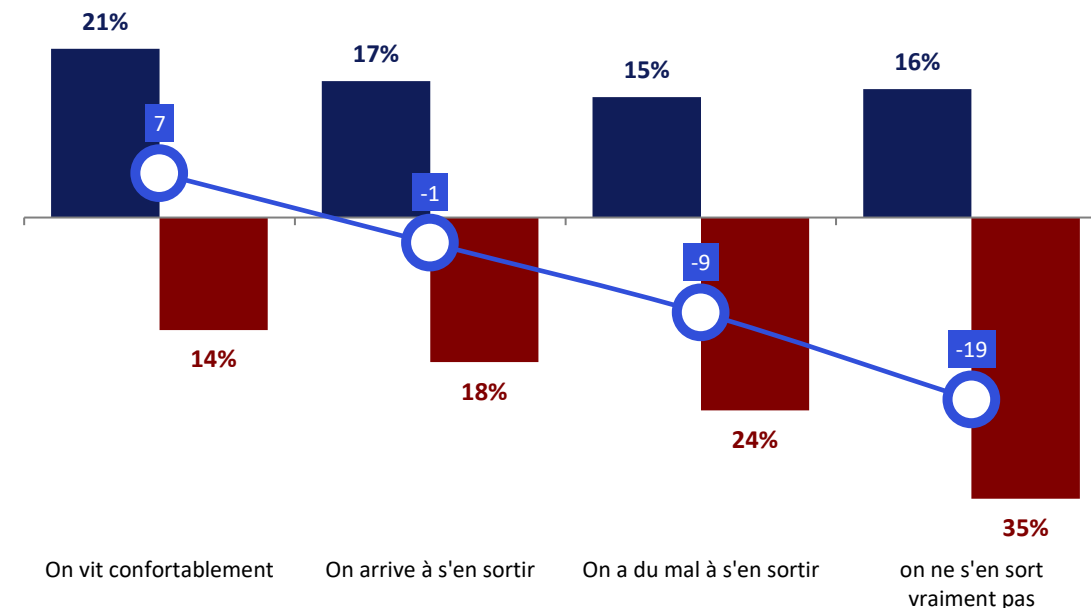
Perception de la taille de son logement selon le lieu de résidence

Q60 - Base totale, n=4000

Perception de la taille de son logement selon l'âge



Perception de la taille de son logement selon le sentiment de contrainte budgétaire



■ Estiment pouvoir habiter dans un logement plus petit ■ Estiment son logement trop petit ● Solde

■ Estiment pouvoir habiter dans un logement plus petit ■ Estiment son logement trop petit ● Solde

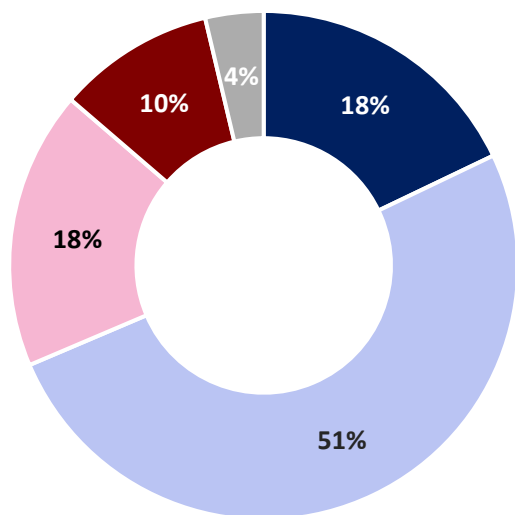
Logement : le chauffage



Évaluation de la qualité de son isolation

Comment évaluez-vous la qualité de l'isolation thermique du logement que vous occupez ? Pour vous protéger du froid en hiver

Q63 - Base totale, n=4000

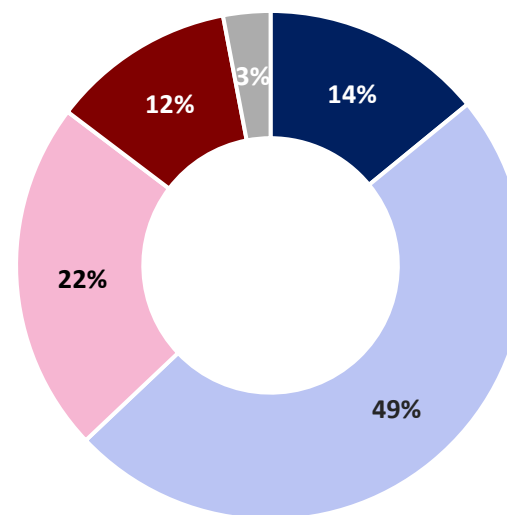


Mauvaise
isolation
en hiver
28%

- Très bonne
- Plutôt bonne
- Plutôt mauvaise
- Très mauvaise
- Vous ne savez pas

Comment évaluez-vous la qualité de l'isolation thermique du logement que vous occupez ? Pour vous protéger de la chaleur en été

Q63 - Base totale, n=4000



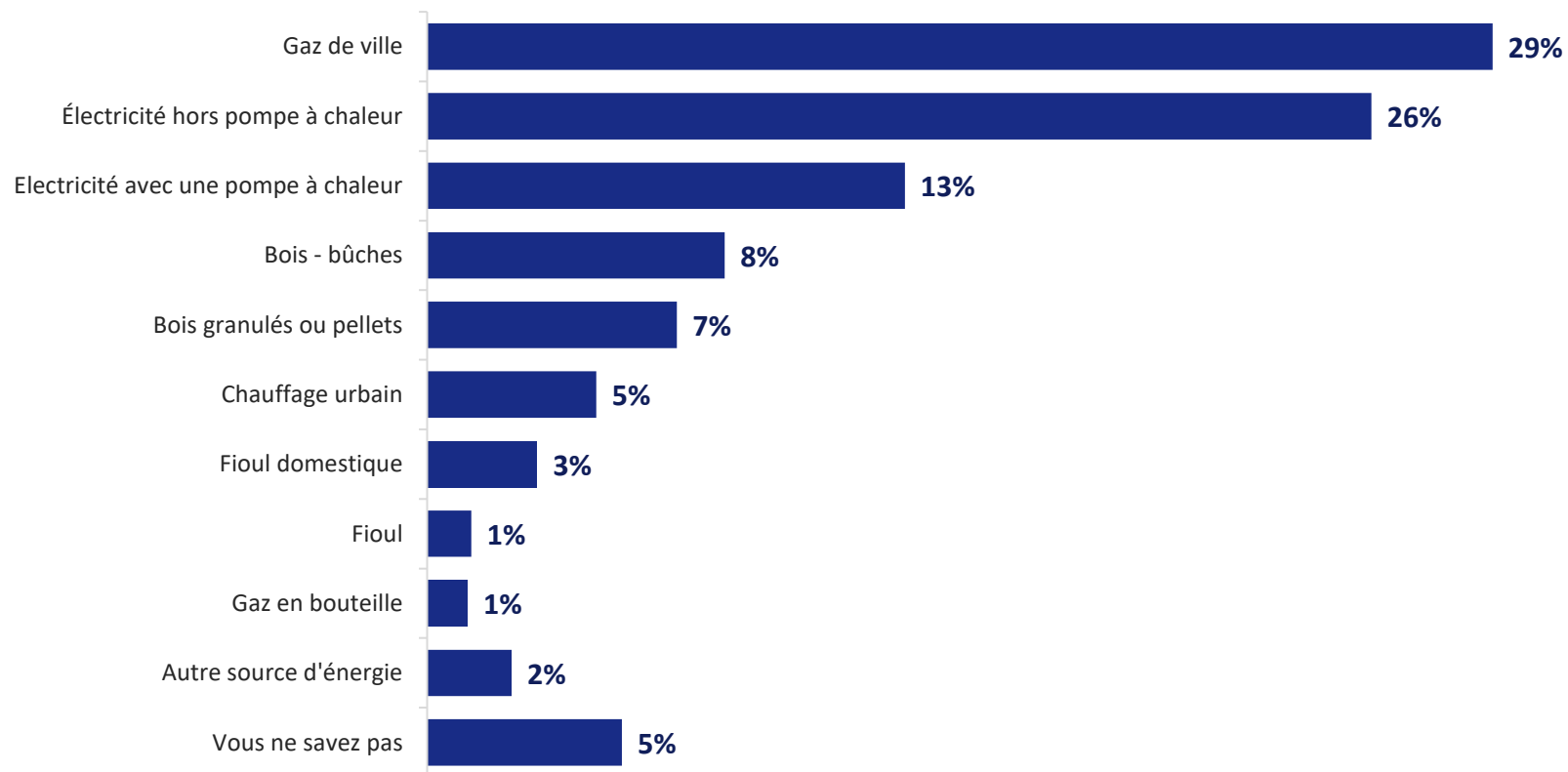
Mauvaise
isolation
en été
34%

- Très bonne
- Plutôt bonne
- Plutôt mauvaise
- Très mauvaise
- Vous ne savez pas

La source d'énergie utilisée

Quelle est la principale source d'énergie utilisée pour chauffer votre logement ?

Q64 - Base totale, n=4000

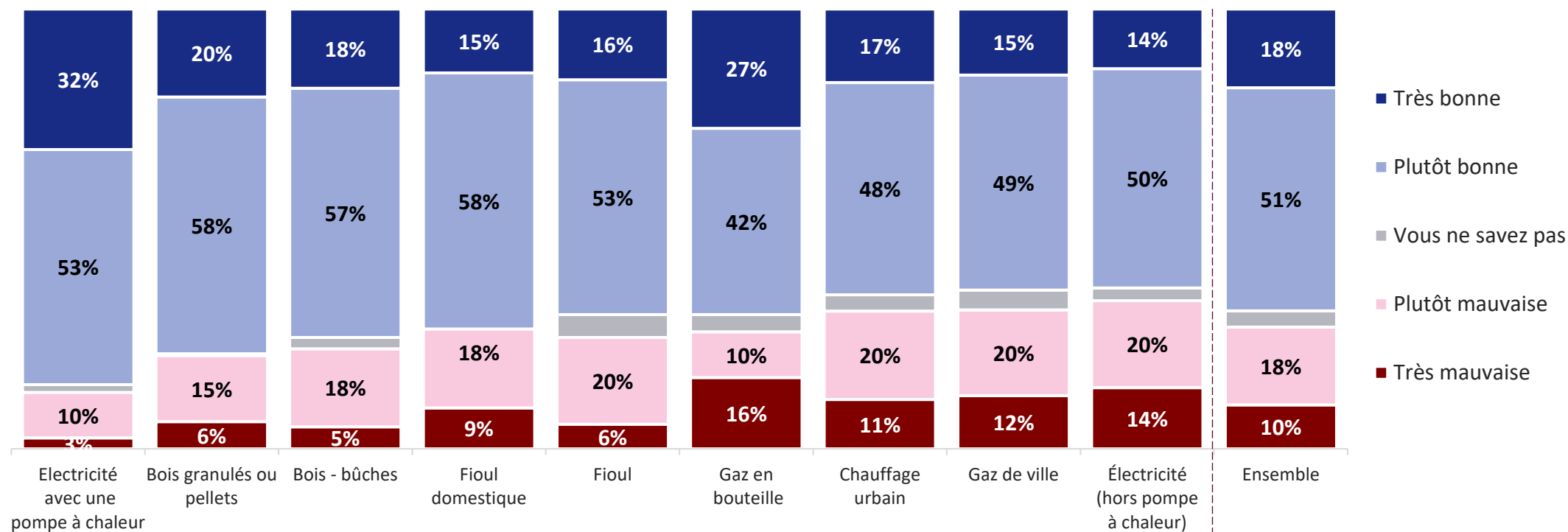


Un lien entre source d'énergie et ressenti de la qualité d'isolation

Comment évaluez-vous la qualité de l'isolation thermique du logement que vous occupez ? Pour vous protéger du froid en hiver

Q63 - Base multiples en fonction de la source d'énergie principale employée, n entre 43 et 1165

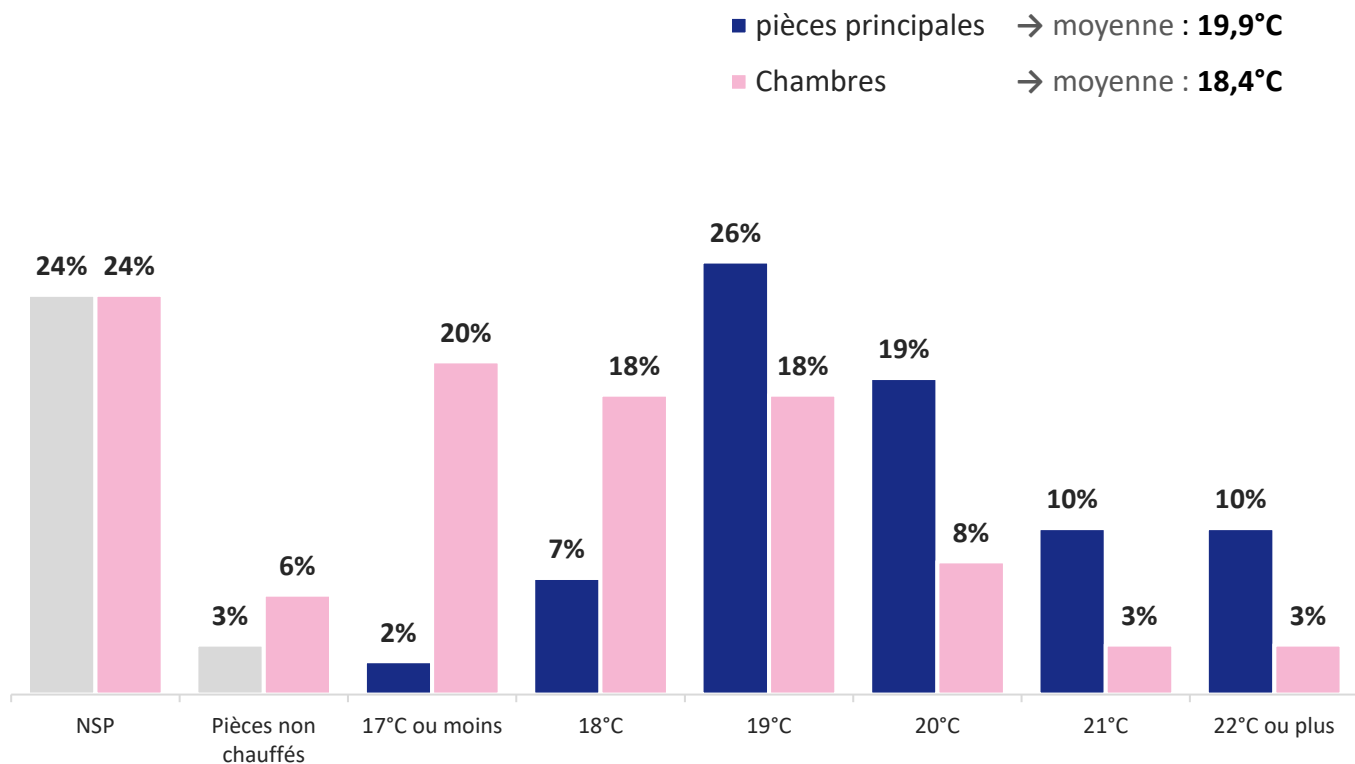
Perception de la qualité de l'isolation de son logement pour l'hiver selon la source d'énergie principale utilisée



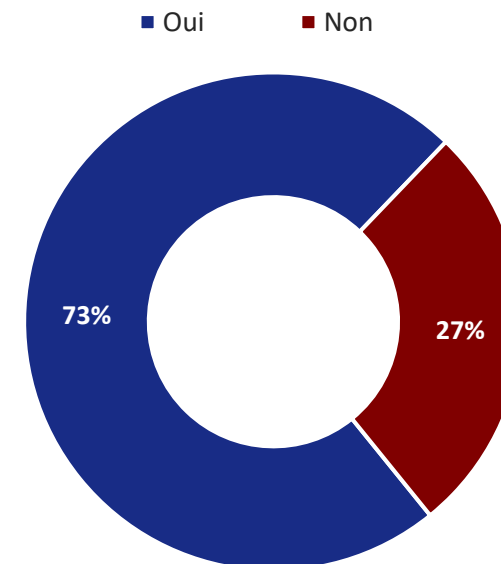
38% des Français chauffent leurs pièces principales au-delà de 19°C

À quelle température votre logement est-il chauffé ?

Q67 - Base totale, n=4000



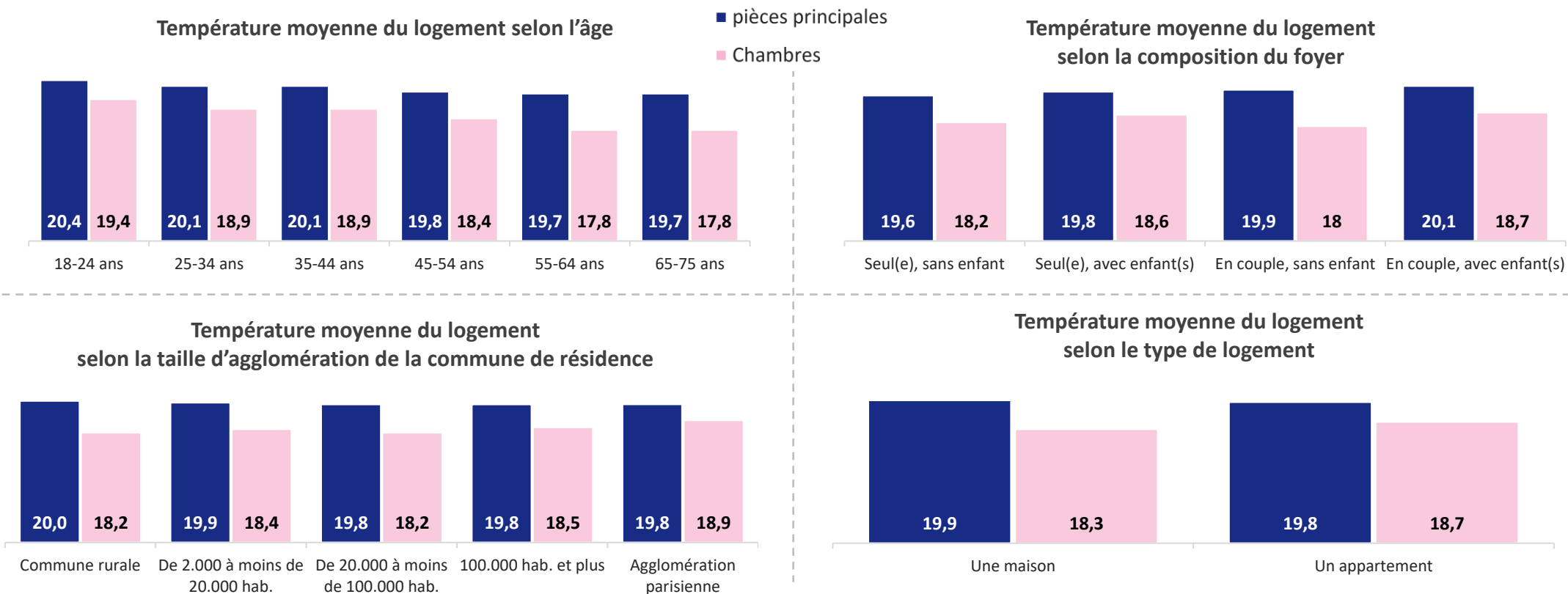
Q65 - Avez-vous la possibilité de contrôler le chauffage dans votre logement ?



Les normes en matière de températures ne varient pas de manière significative en fonction des principales caractéristiques sociodémographiques des ménages

À quelle température votre logement est-il chauffé ?

Q67 - Base totale, n=4000



Les normes en matière de températures ne varient pas de manière significative selon la qualité de l'isolation en hiver comme en été

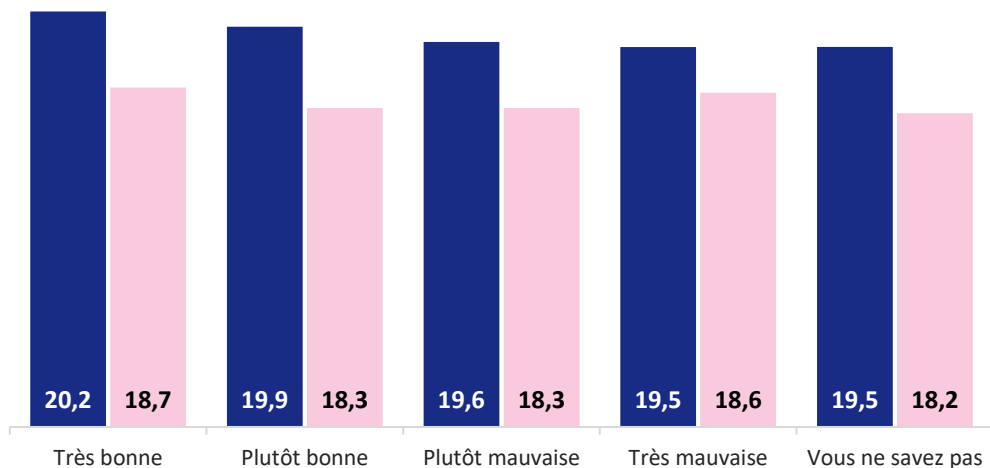
À quelle température votre logement est-il chauffé ?

Q67 - Base totale, n=4000

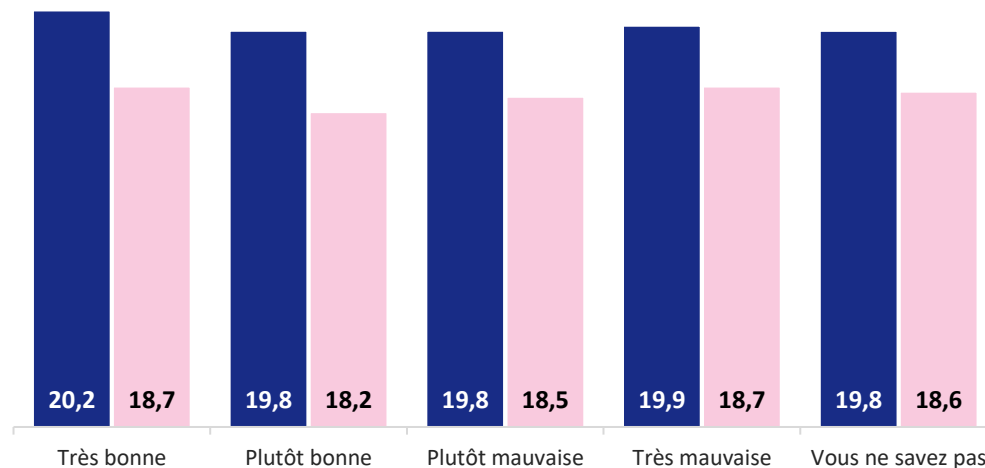
■ pièces principales

■ Chambres

Température moyenne du logement
selon la qualité perçue de l'isolation contre le froid en hiver



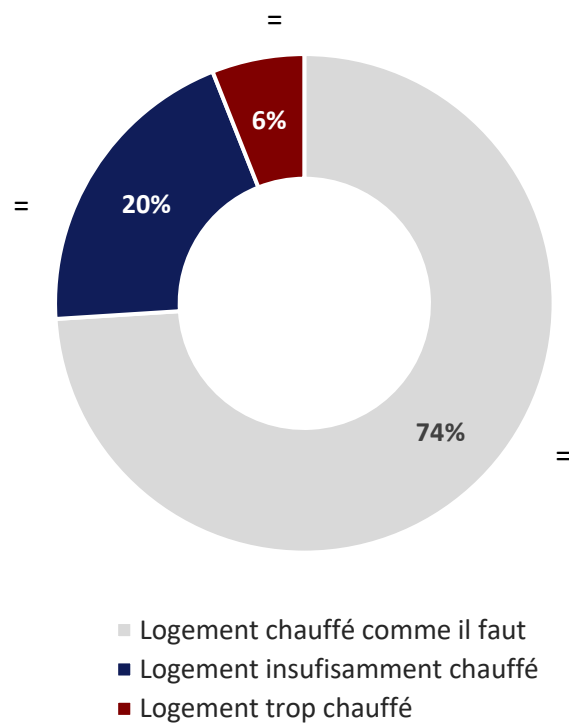
Température moyenne du logement
selon la qualité perçue de l'isolation contre la chaleur en été



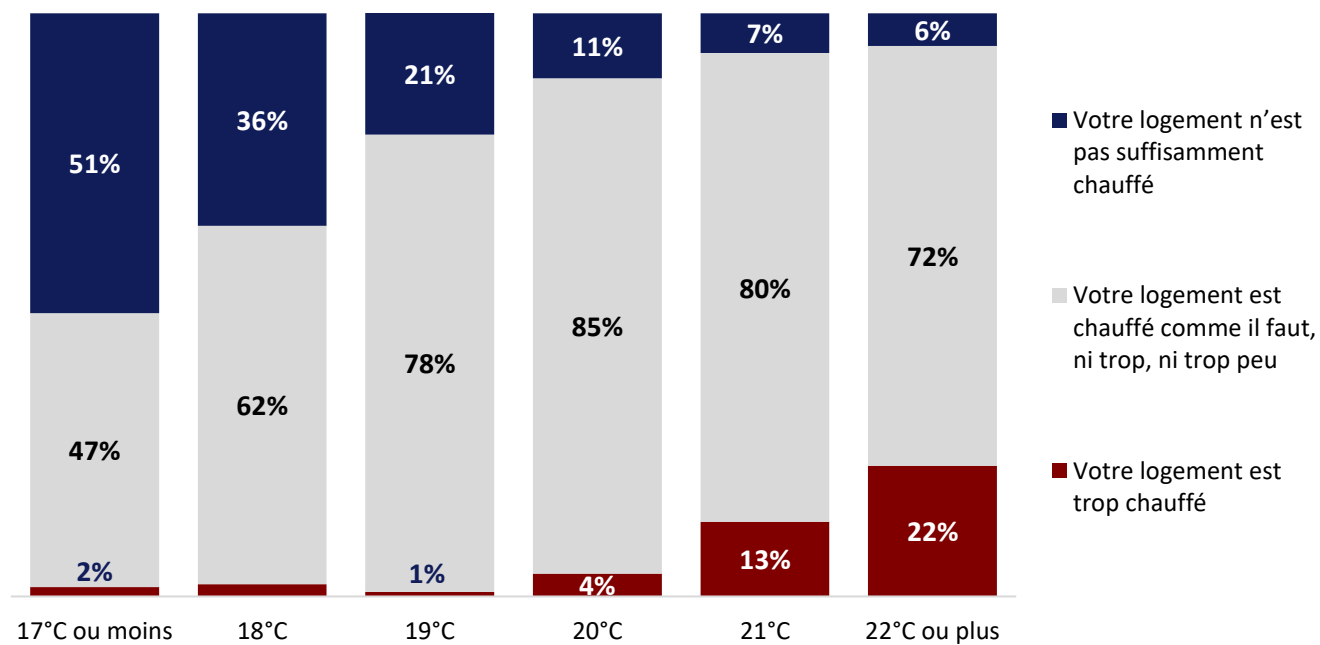
20% des Français estiment que leur logement n'est pas suffisamment chauffé

Concernant [vos habitudes en matière de chauffage / le chauffage dans votre logement], vous diriez que ... ?

Q71 et Q72 - Base totale, n=4000



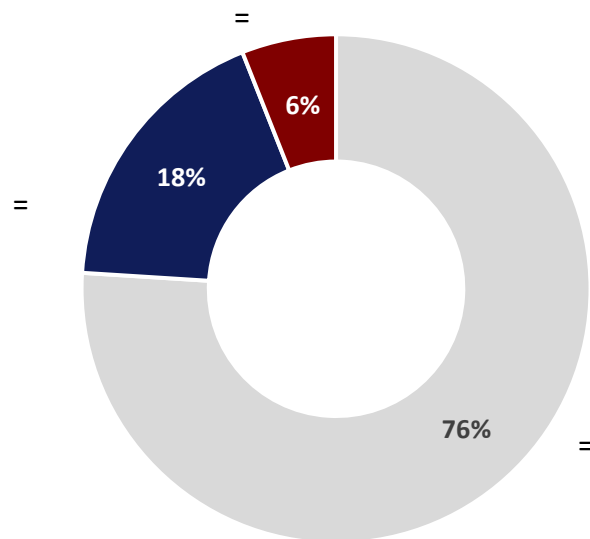
Perception de son niveau de chauffage selon la température de son logement



Dans un cas sur trois, les personnes qui n'ont pas la possibilité de maîtriser le chauffage dans leur logement ont le sentiment qu'il n'est pas suffisamment chauffé

Concernant vos habitudes en matière de chauffage, vous diriez que... ?

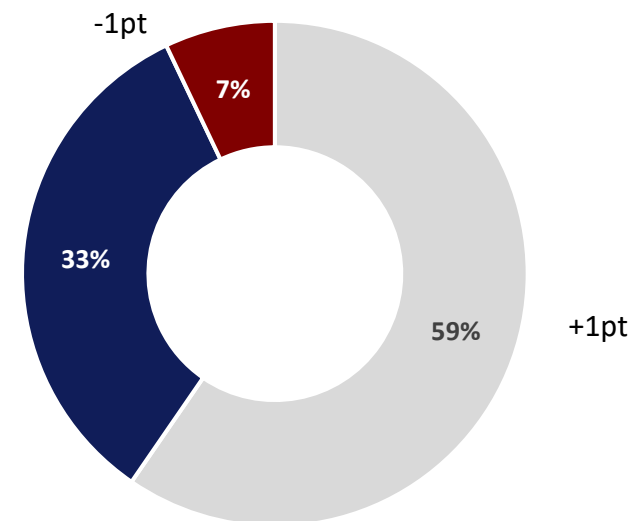
Q71 - Base : ont la possibilité de modifier la température dans son logement, n=3595



- Vous chauffez votre logement comme il faut, ni trop, ni trop peu
- Vous avez tendance à ne pas chauffer suffisamment votre logement
- Vous avez tendance à trop chauffer votre logement

Concernant le chauffage dans votre logement, vous diriez que... ?

Q72 - Base : n'ont pas la possibilité de modifier la température dans leur logement, n=405

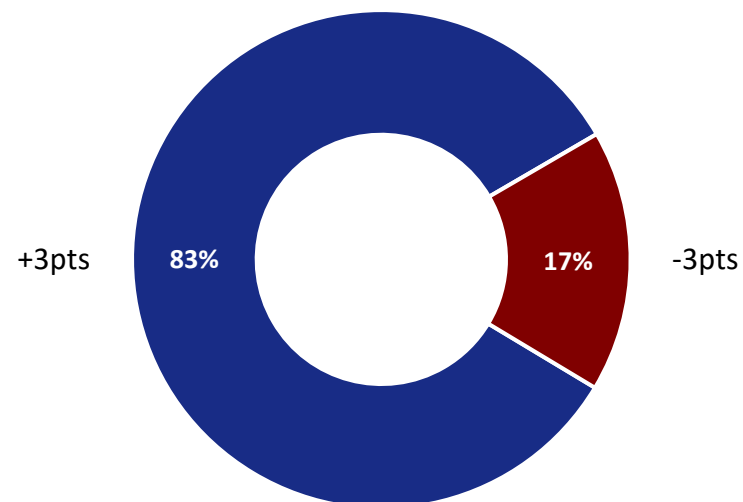


- Votre logement est chauffé comme il faut, ni trop, ni trop peu
- Votre logement n'est pas suffisamment chauffé
- Votre logement est trop chauffé

Le réflexe de s'habiller plus chaudement avant de monter le chauffage pris par une nette majorité des Français

Lorsque vous êtes chez vous, durant les périodes de froid, vous avez tendance à... ?

Q68 - Base : individus vivant dans un logement chauffé, n=3902

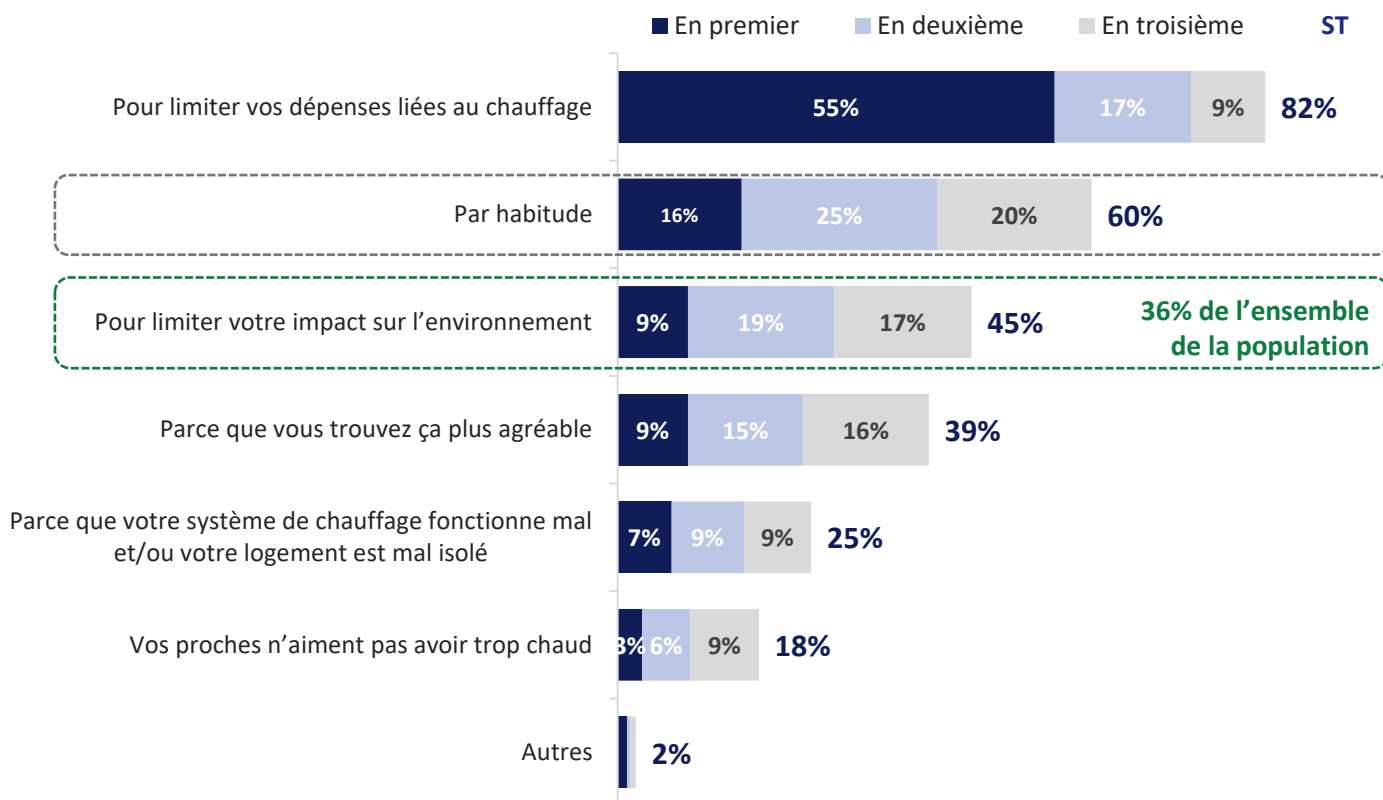


■ D'abord vous habiller plus chaudement ■ D'abord augmenter le chauffage

Limiter le chauffage : l'environnement, mais aussi et surtout les considérations financières

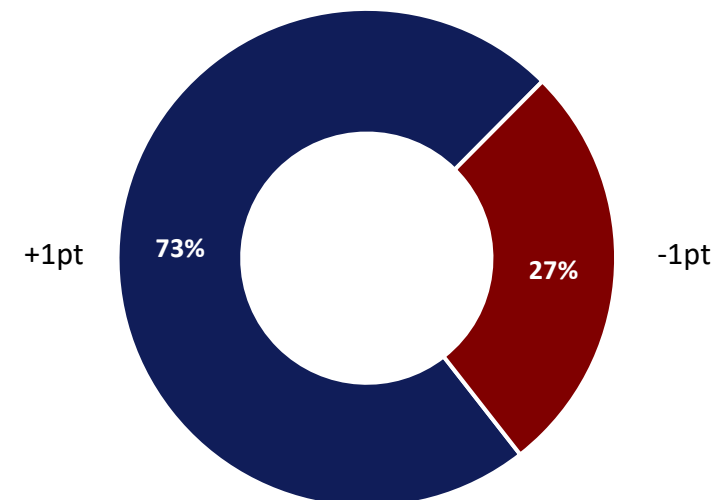
Pour quelles raisons avez-vous tendance à d'abord vous habiller plus chaudement chez vous lors des périodes de froid ?

Q69 - Base : déclarent en priorité s'habiller plus chaudement durant les périodes de froid, n= 3264



Q70 - Le fait de d'abord vous habiller plus chaudement est plutôt...

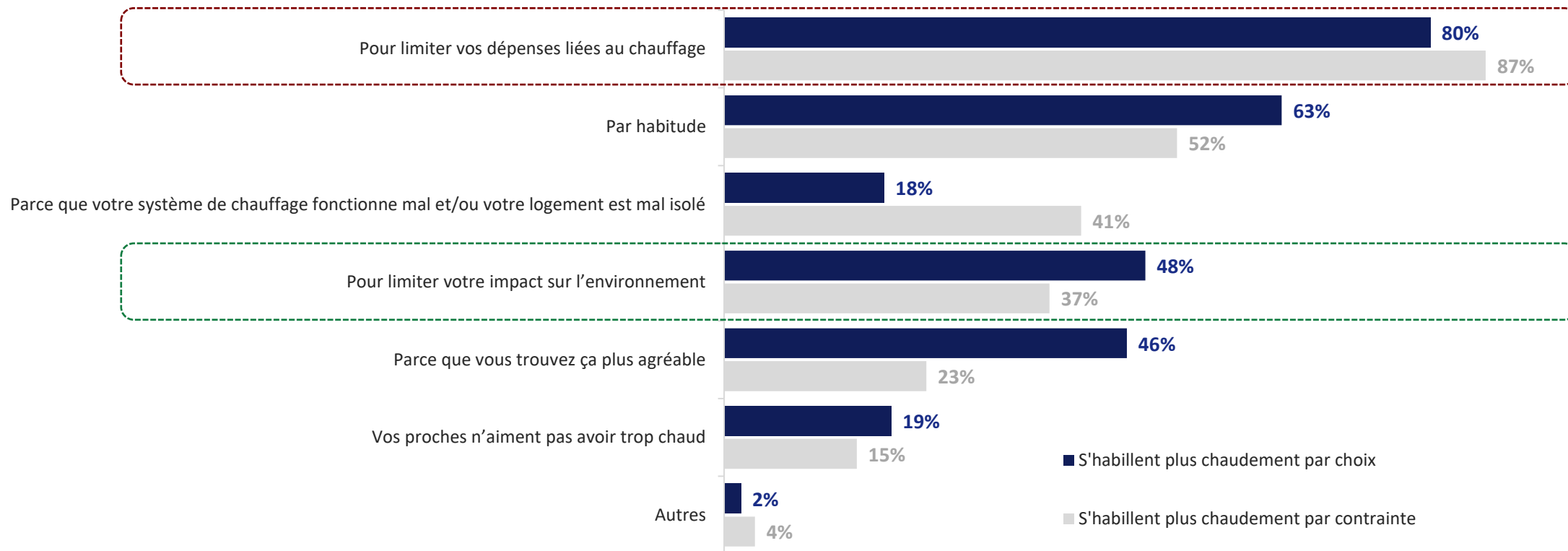
■ Un choix ■ Une contrainte



Qu'ils soient contraints ou choisis, les comportements liés à la limitation du chauffage résultent avant tout de considérations économiques

Pour quelles raisons avez-vous tendance à d'abord vous habiller plus chaudement chez vous lors des périodes de froid ?

Q69 - Base : déclarent en priorité s'habiller plus chaudement durant les périodes de froid, n= 3264



Les habitudes en matière de chauffage : segmentation de la population

Base totale, n=4000



S'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage par souci environnemental

13% -5pts

- Faible contrainte budgétaire (71% vs 63%)
- Alarmés par la situation écologique (43% vs 34%)
- Politiquement « à gauche » (21% vs 15%)

S'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage par habitude

37% +7pts

= Profil socio-démographique très similaire à la population générale

S'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage pour une autre raison

8% -4pts

- Femmes (60% vs 51%)
- Parents (68% vs 61%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (51% vs 45%)
- Diplômés de l'enseignement supérieur (21% vs 31%)

S'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage par contrainte

26% =

- Femmes (59% vs 51%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (53% vs 45%)
- Forte contrainte budgétaire (44% vs 33%)

Ont l'habitude d'augmenter le chauffage (19°C max) plutôt que de s'habiller plus chaudement

7% +1pt

- Hommes (55% vs 49%)
- 18-34 ans (44% vs 28%)
- Habitants de communes urbaines denses (51% vs 41%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (52% vs 45%)
- 55-75 ans (20% vs 34%)
- Alarmés par la situation écologique (22% vs 34%)

Ont l'habitude d'augmenter le chauffage au-delà de 19°C plutôt que de s'habiller plus chaudement

9% +2pts

- Hommes (57% vs 49%)
- 35-54 ans (43% vs 37%)
- En couple (74% vs 59%)
- Habitants de communes rurales (31% vs 23%)
- Niveau de vie aisé – supérieur à 2000€ /mois/UC (43% vs 31%)

Sous-total :
S'habillent plus
chaudement avant de
monter le chauffage
84% -2pts

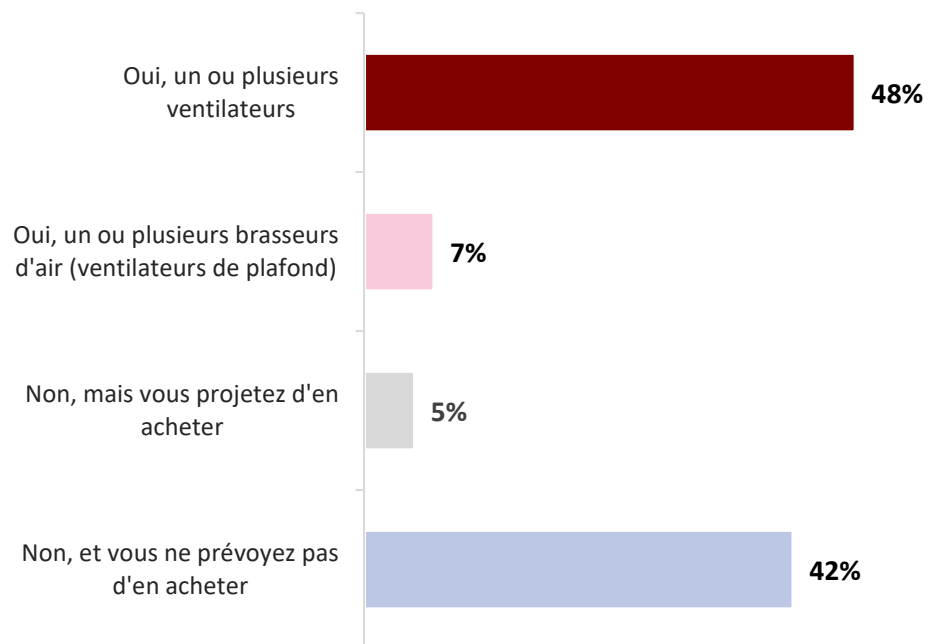
Logement : la climatisation



Plus d'un ménage sur deux en France équipé de ventilateurs ou brasseur d'air

Disposez-vous, dans votre résidence principale, de ventilateurs ou brasseurs d'air ?

Q73 - Base totale, n=4000 – Plusieurs réponses possibles (Sur les propositions « Oui »)



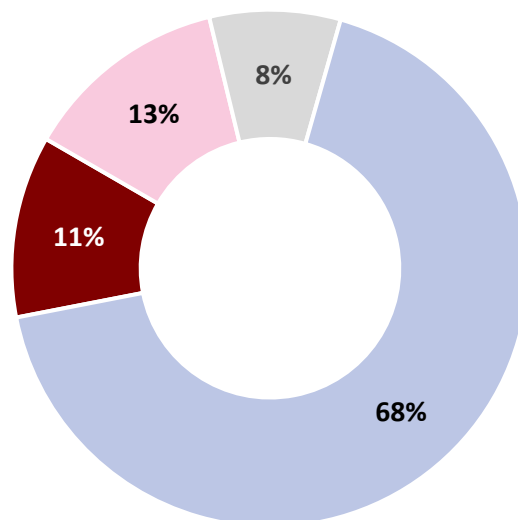
Au moins un ventilateur ou brasseur d'air
53%

Environ un quart des ménages en France équipé d'un système de climatisation

Disposez-vous, dans votre résidence principale, d'un système de climatisation ?

Q74 - Base totale, n=4000

Oui
24%
+6pts

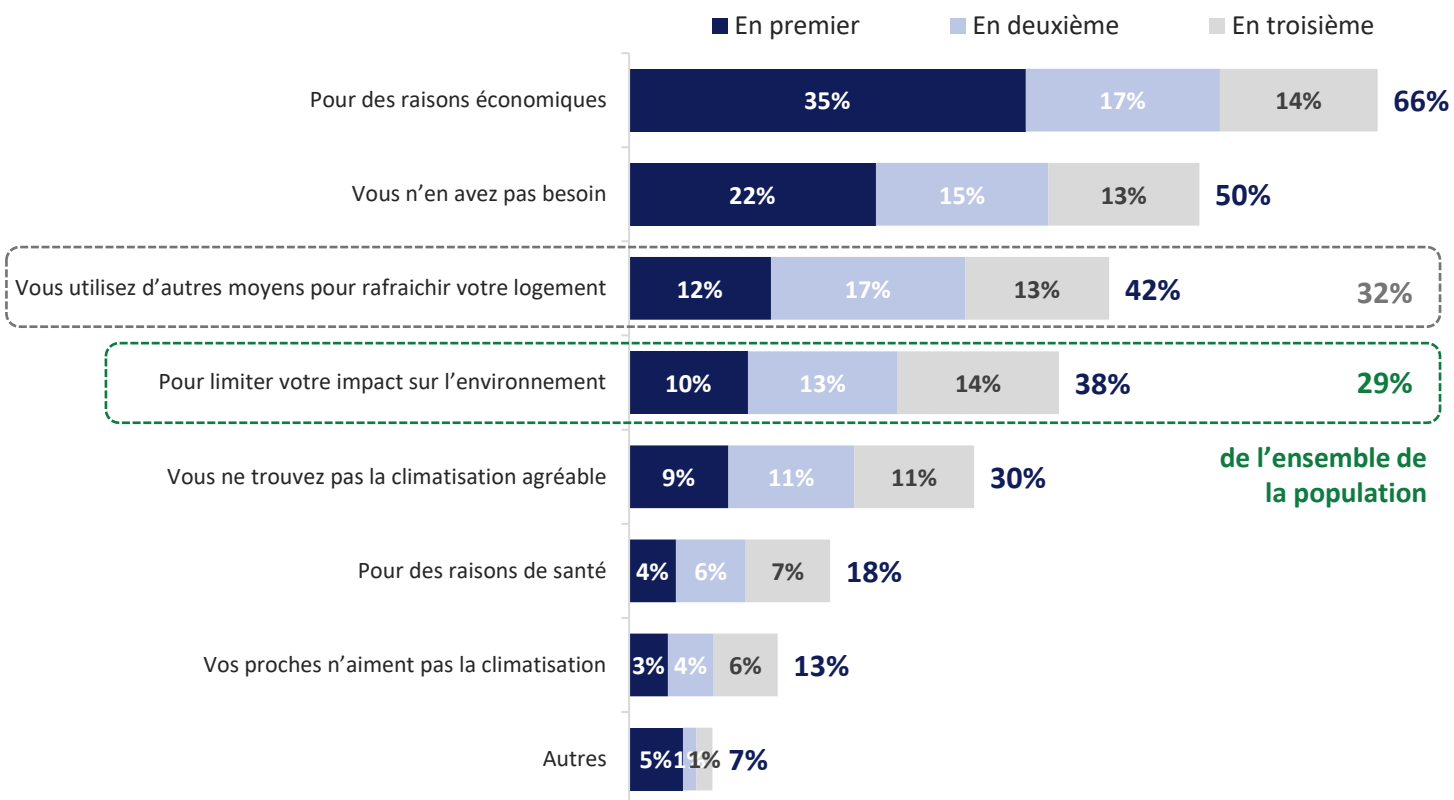


- Oui, dans plusieurs pièces
- Oui, dans une seule pièce
- Non, mais vous prévoyez d'en acheter une prochainement
- Non, et vous ne prévoyez pas d'en acheter

Dans plus d'un cas sur trois, le fait de ne pas avoir installé de système de climatisation est associé à une préoccupation environnementale

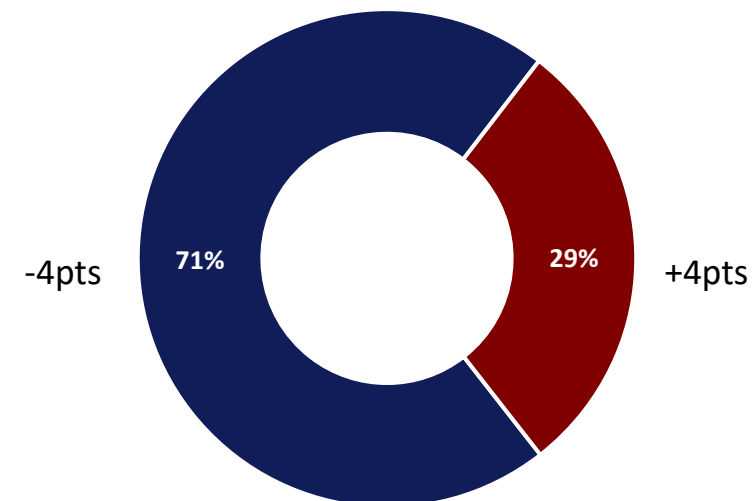
Pour quelles raisons ne disposez-vous pas chez vous d'un système de climatisation ?

Q81 - Base : ne disposent pas de climatisation au domicile, n= 3033



Q82 - Le fait de ne pas disposer de système de climatisation est plutôt...

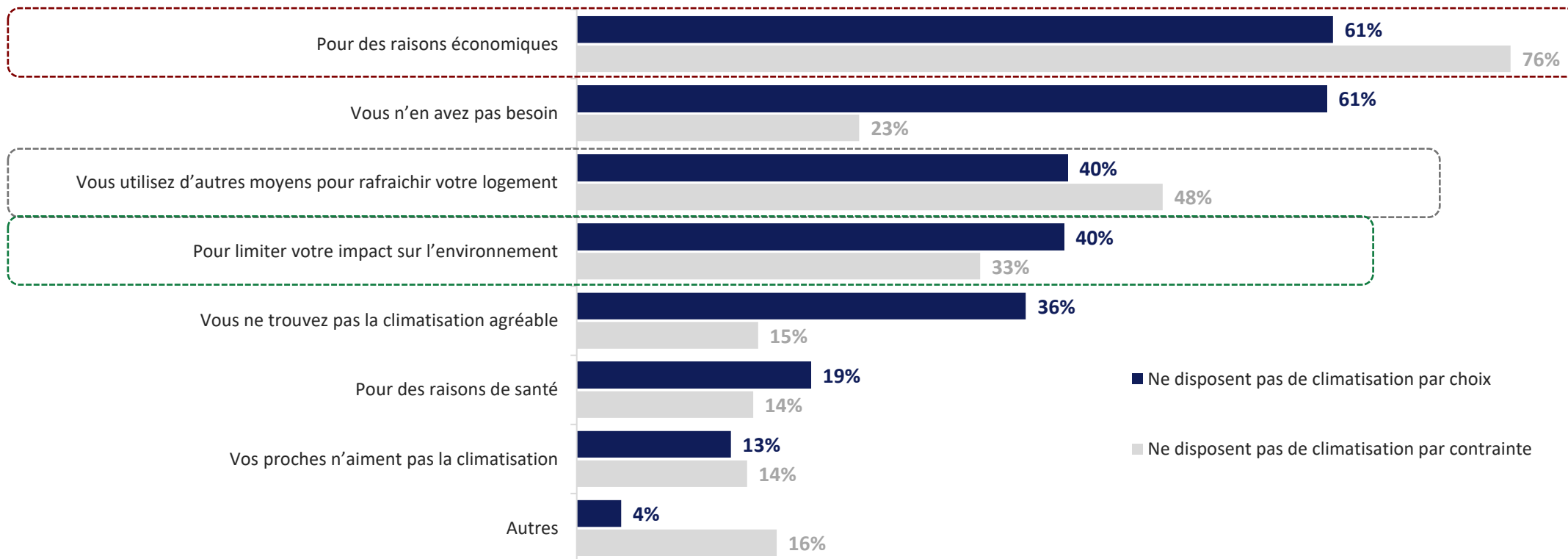
■ Un choix ■ Une contrainte



Le sentiment de contrainte lié à l'absence de climatisation relève avant tout de considérations économiques

Pour quelles raisons ne disposez-vous pas chez vous d'un système de climatisation ?

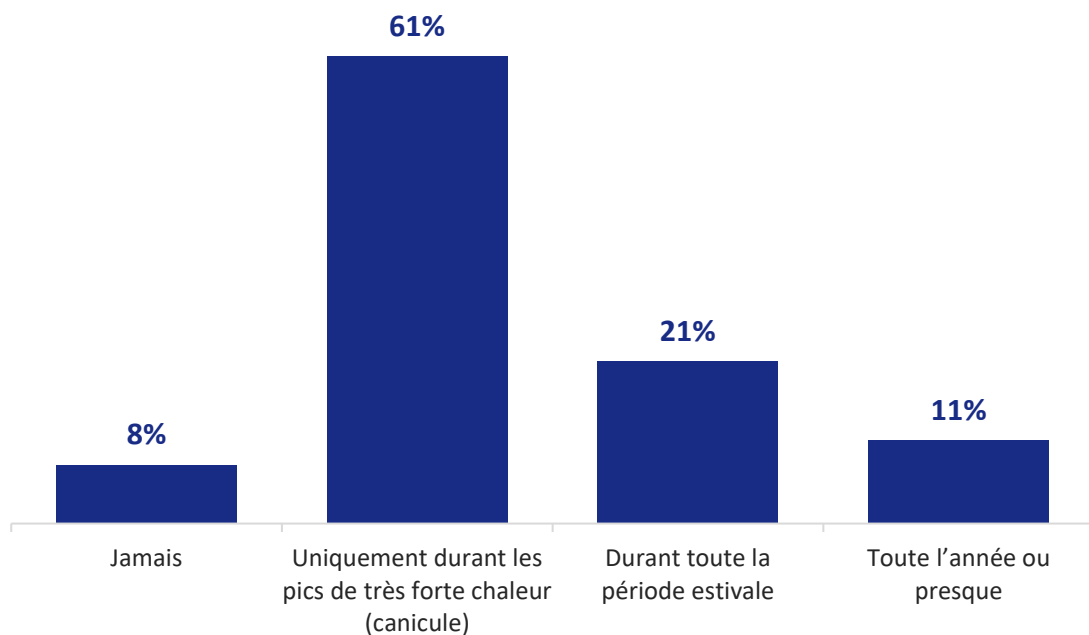
Q81 - Base : ne disposent pas de climatisation au domicile, n= 3251



11% des personnes qui disposent d'une climatisation l'utilisent toute l'année ou presque

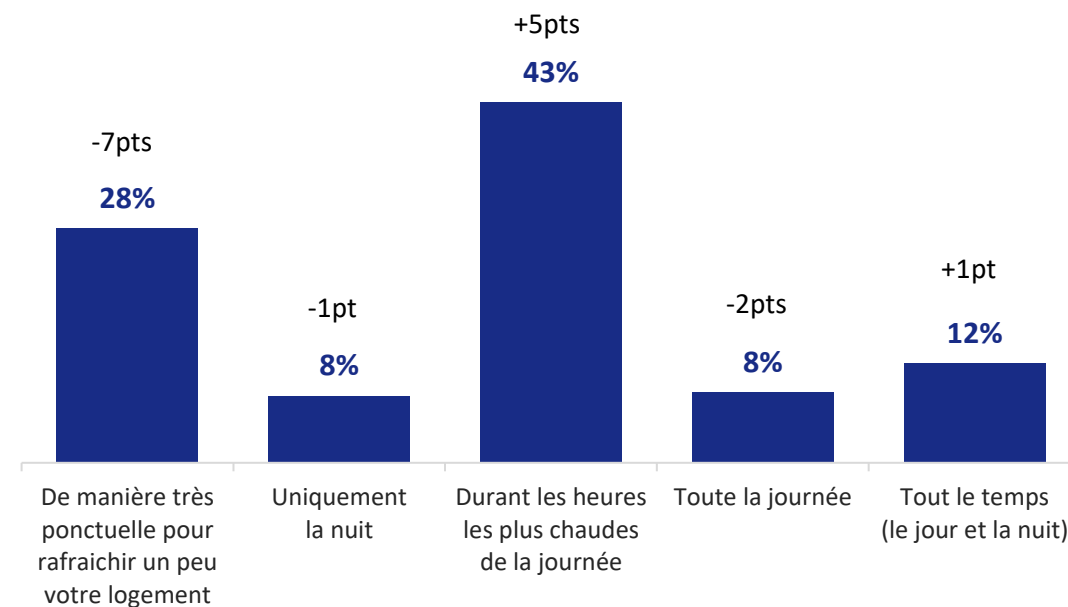
Vous utilisez généralement votre climatisation ... ?

Q75 - Base : disposent d'une climatisation, n=967



Et généralement, vous utilisez votre climatisation ... ?

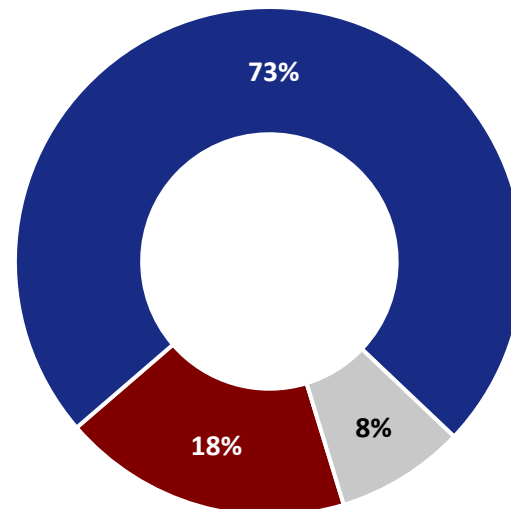
Q76 - Base : disposent d'une climatisation et l'utilisent, n=890



Le réflexe de la climatisation

Lorsque vous êtes chez vous, durant les épisodes de chaleur, vous avez tendance à....

Q77 - Base : disposent d'une climatisation et l'utilisent, n=890

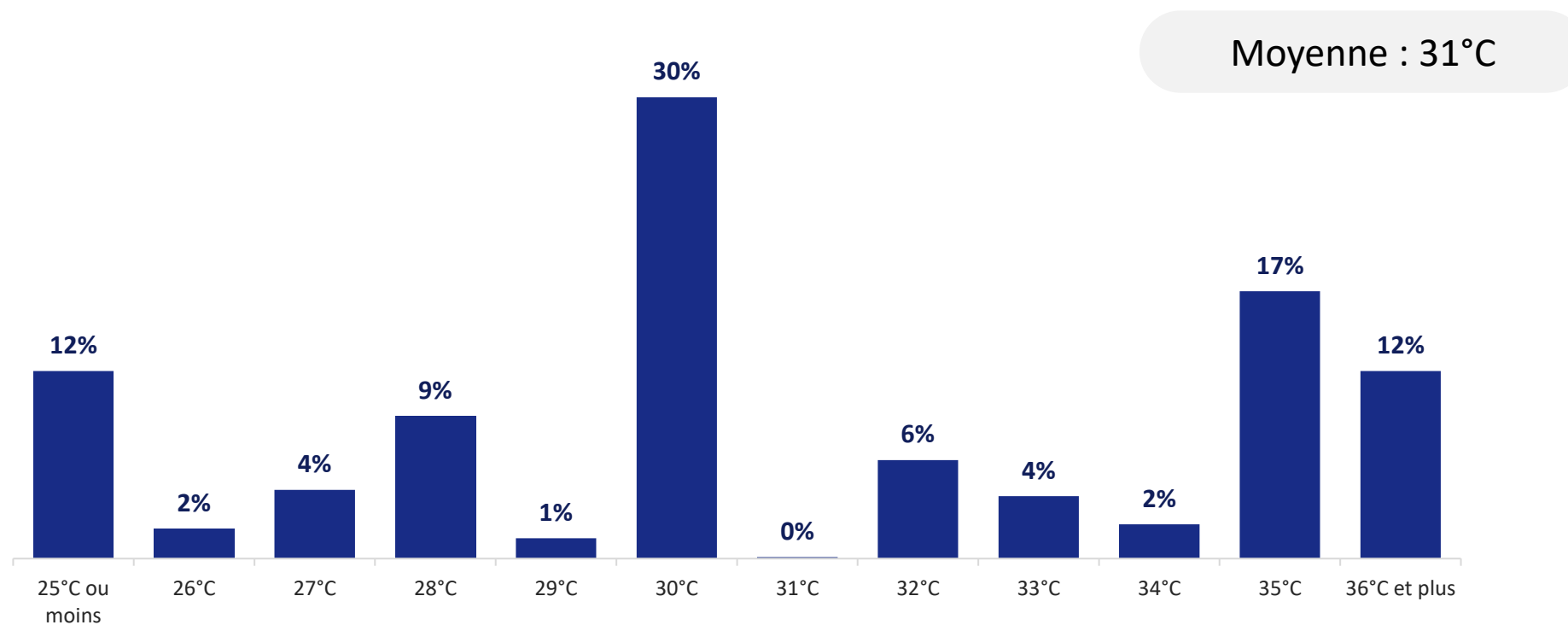


- Utiliser la climatisation dès les premières chaleurs
- Essayer d'abord d'autres solutions (fermeture des volets, création de courants d'air, utilisation des ventilateurs, etc)
- Vous n'utilisez quasiment jamais la climatisation

La climatisation est utilisée en moyenne, lorsque la température extérieure atteint 31°C ou plus

Et généralement, vous utilisez votre climatisation lorsque la température extérieure atteint [...] °C ou plus

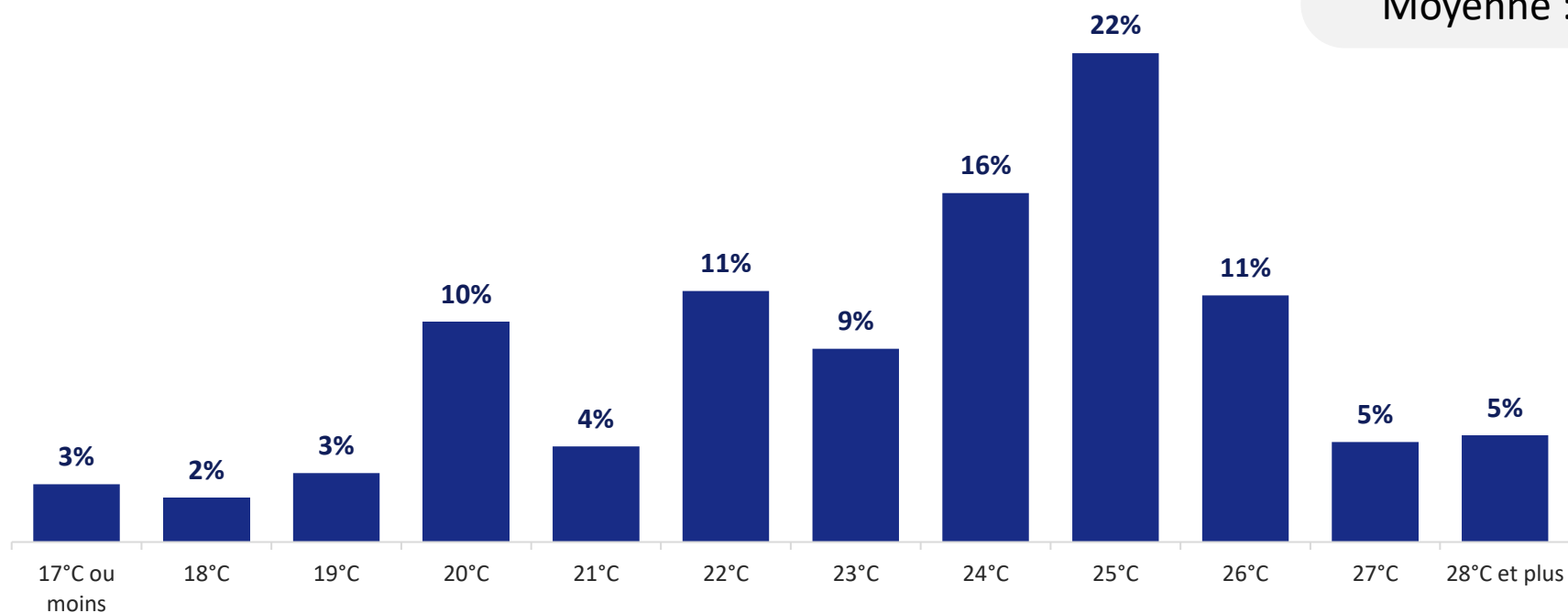
Q78 - Base : disposent d'une climatisation et l'utilisent (hors nsp), n=755 – Réponses libres



La climatisation : 26°C ou plus dans seulement 1 cas sur 5

À quelle température paramétrez-vous généralement votre système de climatisation ?

Q79 - Base : disposent d'une climatisation et l'utilisent (hors nsp), n=755 – Réponses libres



L'usage de la climatisation : segmentation de la population

Base totale, n=4000



Ne disposent pas de la clim par souci environnemental

21% +1pt

= Profil socio-démographique très similaire à la population générale

- Politiquement « à gauche » (45% vs 34%)
- Alarmés par la situation écologique (45% vs 34%)

Ne disposent pas de la clim car utilisent d'autres moyens pour se rafraîchir

14% +2pts

= Profil socio-démographique très similaire à la population générale

- 55-75 ans (43% vs 34%)

Ne disposent pas de la clim pour une autre raison (hors raisons écologiques)

18% -11pts

- 55-75 ans (42% vs 34%)
- Diplômés de l'enseignement supérieur (25% vs 31%)
- 18-34 ans (21% vs 28%)

Ne disposent pas de la clim, mais aimeraient

22% +2pts

- Femmes (59% vs 51%)
- 35-54 ans (43% vs 37%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (52% vs 45%)
- Forte contrainte budgétaire (42% vs 33%)
- 55-75 ans (25% vs 34%)

Disposent de la clim, mais ne l'utilisent jamais

2% =

- 18-34 ans (37% vs 28%)
- Niveau de vie modeste – inférieur à 1500€ /mois/UC (50% vs 45%)
- Petits et moyens pôles urbains (22% vs 13%)
- 55-75 ans (29% vs 34%)

Utilisent leur climatisation ponctuellement lorsqu'il fait chaud

8% +1pt

- 55-75 ans (40% vs 34%)
- Retraités (26% vs 21%)
- Niveau de vie aisé – Supérieur à 2000€ /mois/UC (42% vs 31%)
- Habitants de communes rurales (28% vs 23%)
- Faible contrainte budgétaire (71% vs 63%)

Utilisent leur climatisation régulièrement lorsqu'il fait chaud

14% +5pts

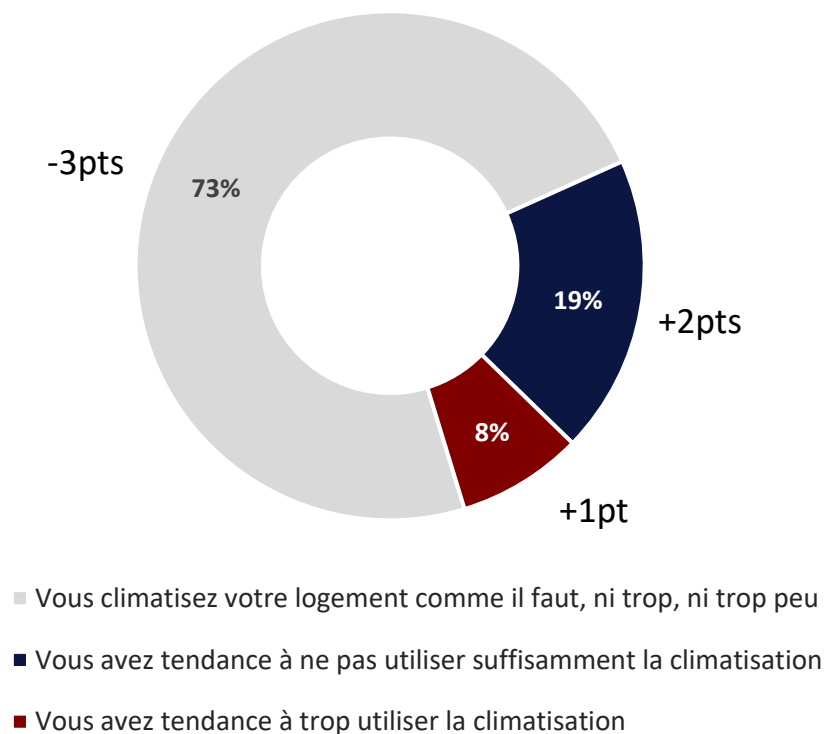
- Hommes (57% vs 51%)
- En couple avec enfant(s) (37% vs 30%)
- Faible contrainte budgétaire (68% vs 63%)
- Habitants de la région PACA (17% vs 8%) et Occitanie (18% vs 9%)

Sous-total :
Ne disposent pas de la clim
76% -5pts

Seules 8% des personnes qui disposent d'une climatisation ont le sentiment d'y avoir recours trop fréquemment

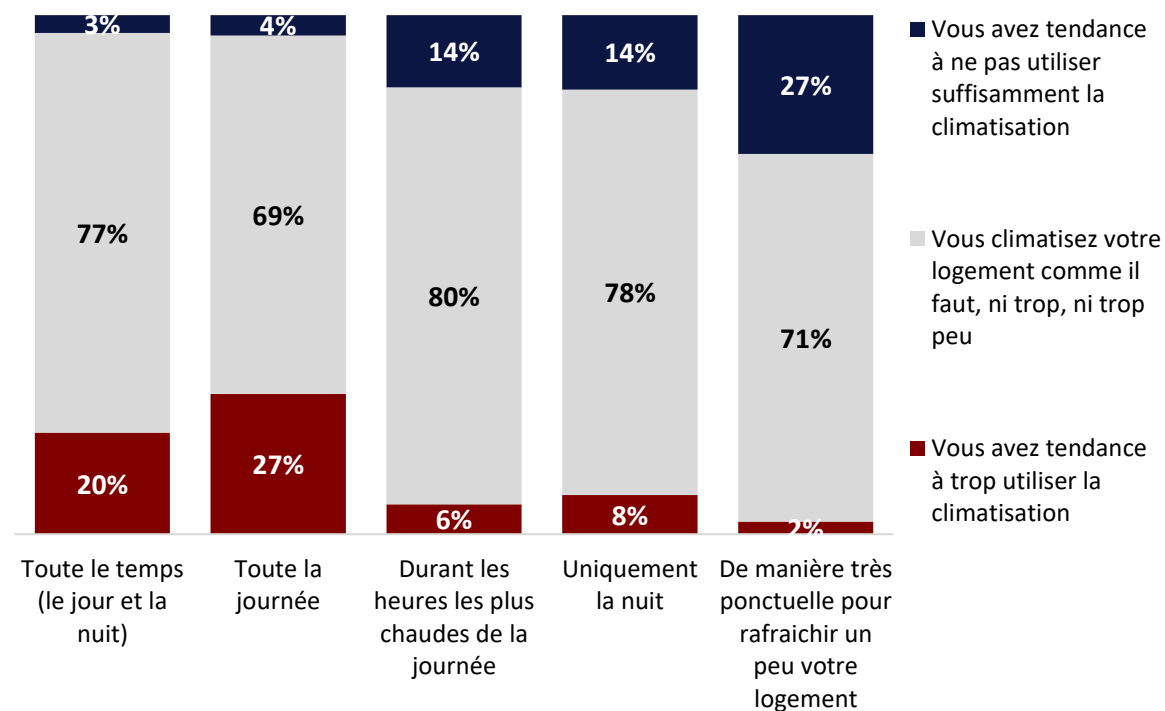
Concernant vos habitudes en matière de climatisation, vous diriez que ... ?

Q80 - Base : disposent d'une climatisation, n=967



Perception de son usage de la climatisation selon la fréquence d'utilisation

Q80 - Base : disposent d'une climatisation et l'utilisent, n= 890



Logement : les écogestes



Une pratique des « écoGESTES » très répandue

À quelle fréquence, en général, accomplissez-vous personnellement les actions suivantes dans votre vie quotidienne ?

Q83 - Base totale, n=4000

Non concerné

Vous ne savez pas

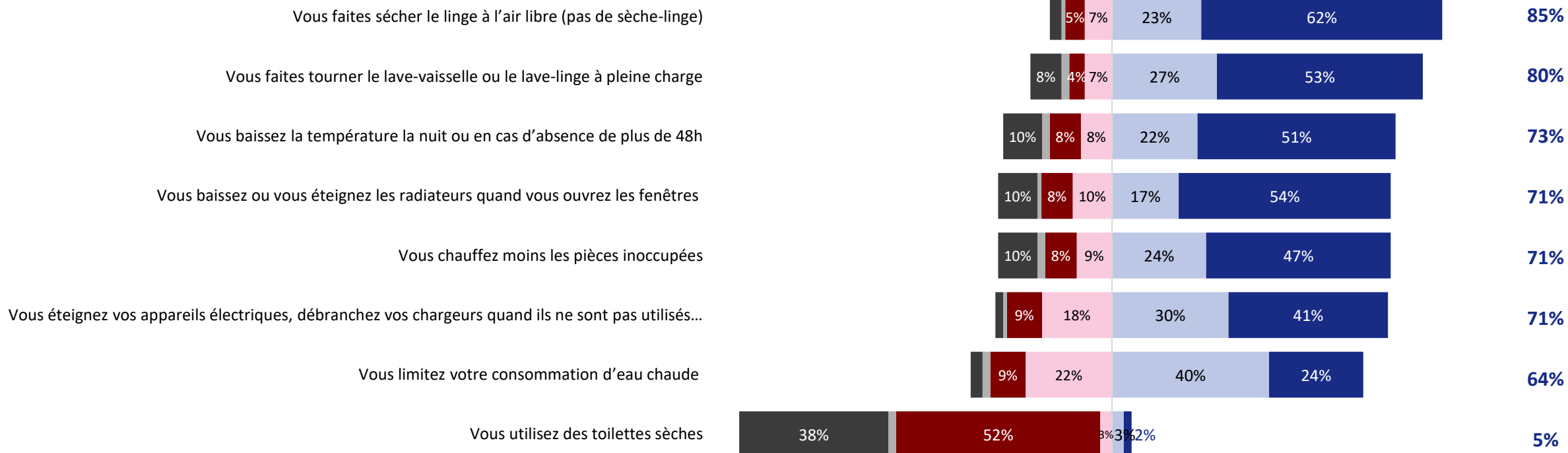
Jamais

Rarement

Fréquemment

Systématiquement

Sous-total
« Fréquemment
ou plus »



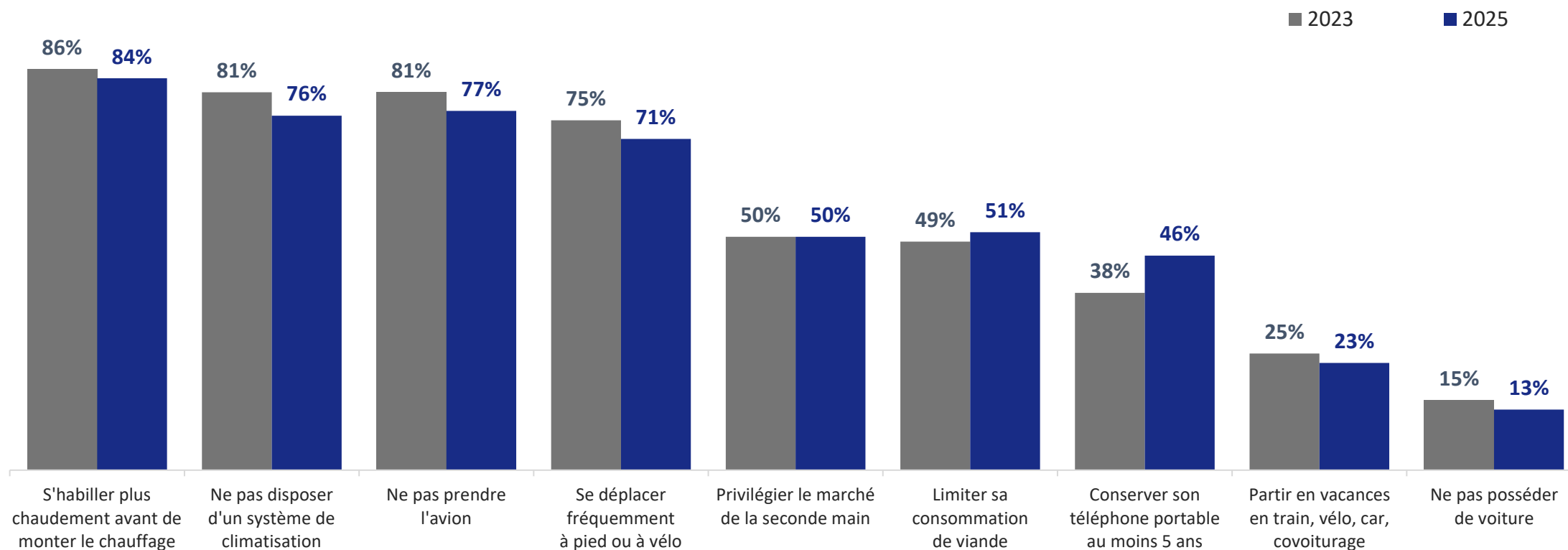
Slides récapitulatifs des pratiques



Évolution des pratiques : une stagnation, voire un léger recul des pratiques de sobriété

Pénétration des pratiques entre 2023 et 2025

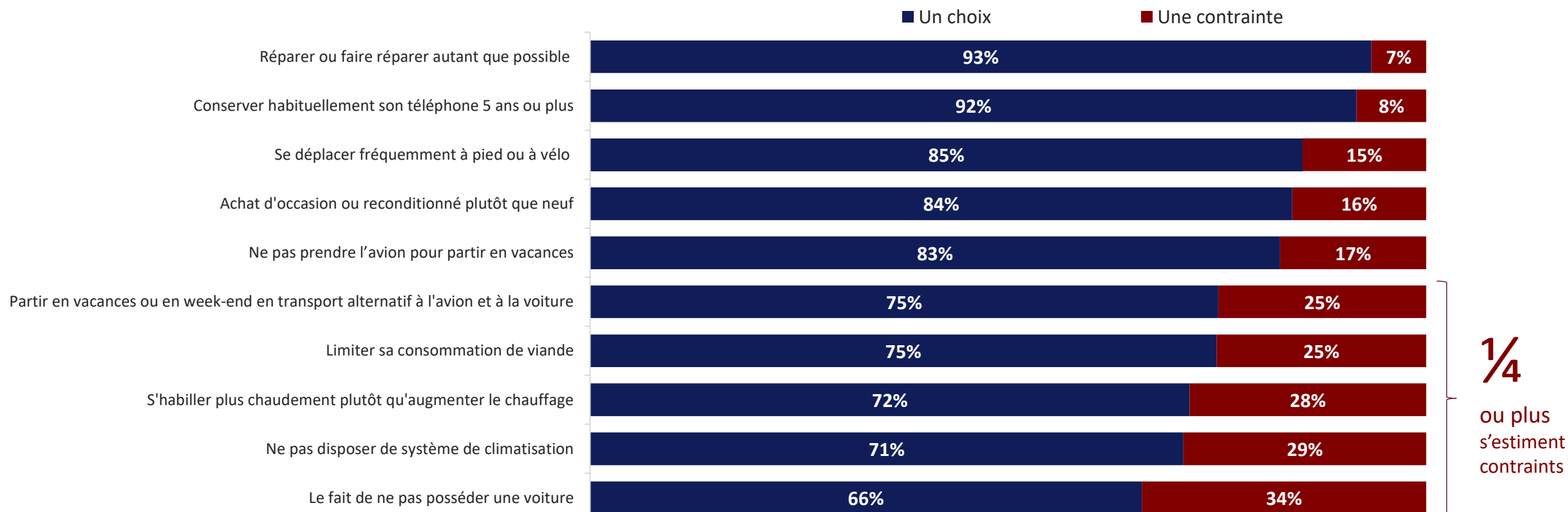
Base totale, n=4000



Des pratiques perçues comme relevant d'un choix dans la majorité des cas

Avoir des pratiques par choix ou par contrainte – Décomposition des pratiques

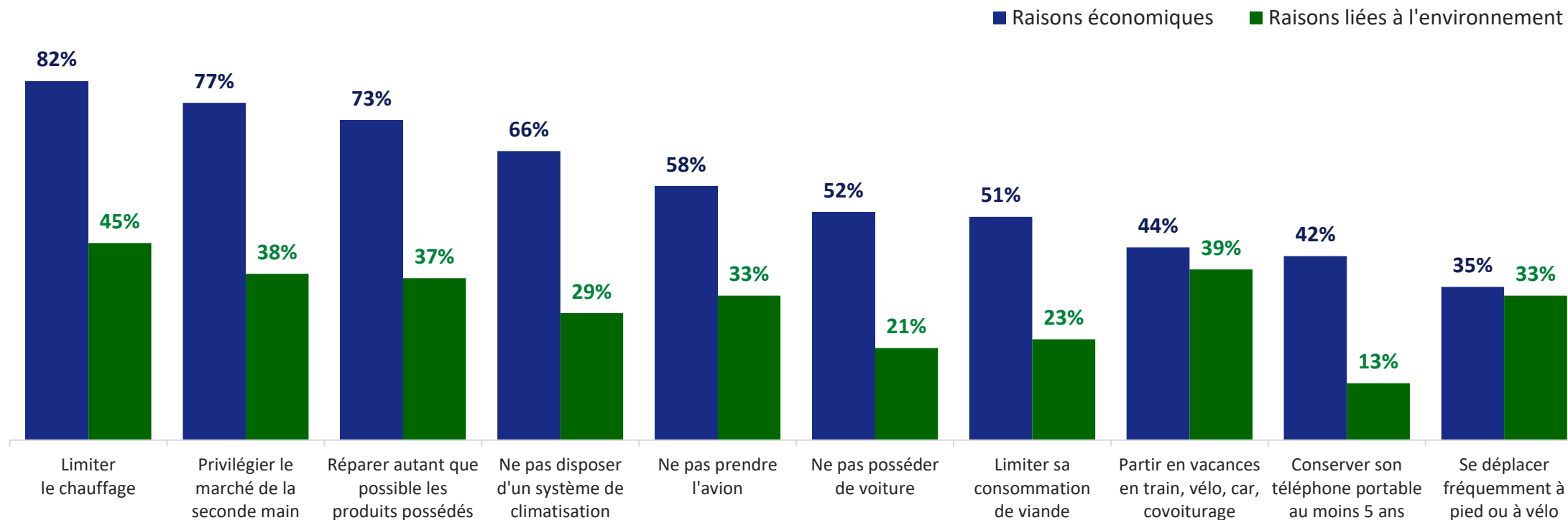
Base : individus concernés par chaque pratique, bases multiples



Pratiques sobres : les raisons économiques l'emportent sur les considérations environnementales

Avoir des pratiques sobres pour des raisons économiques ou liées à l'environnement – Décomposition des pratiques

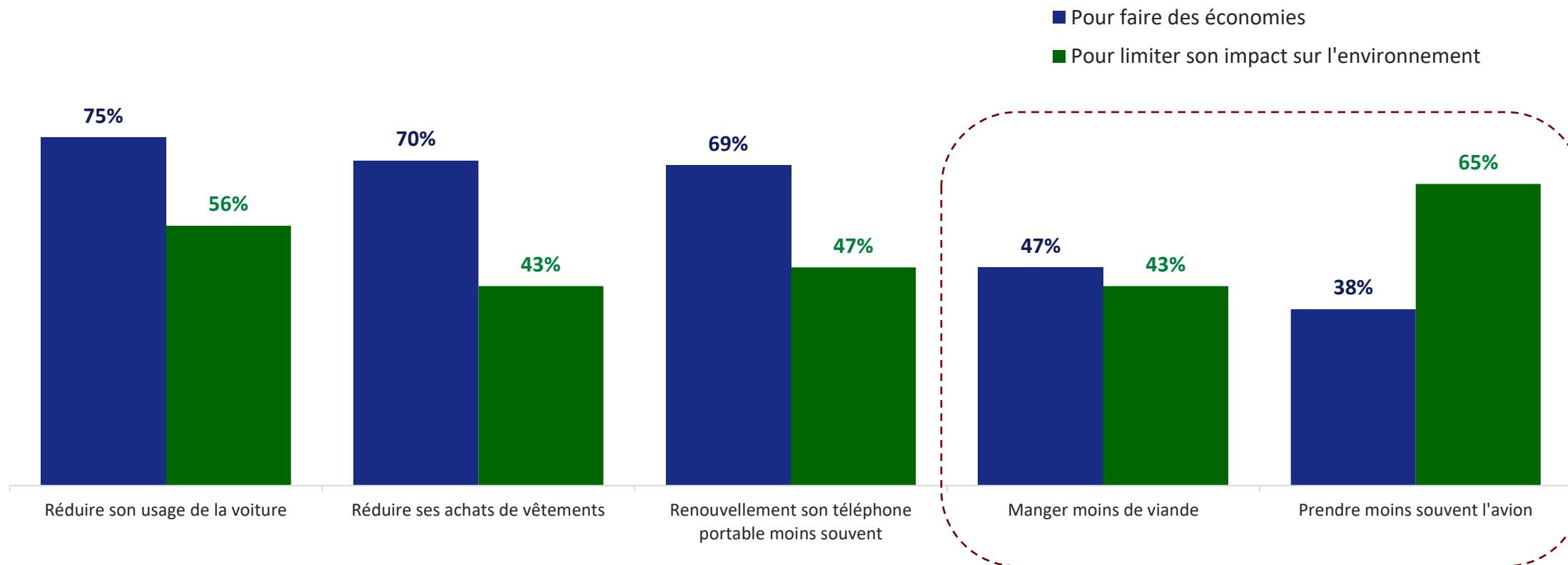
Base : individus concernés par chaque pratique, bases multiples



Motivations à envisager des pratiques plus sobres : les raisons économiques l'emportent une nouvelle fois sur les considérations environnementales. Sauf pour l'avion ! Et dans une moindre mesure pour la consommation de viande

Envisager d'avoir des pratiques plus sobres pour des raisons économiques ou liées à l'environnement – Décomposition des pratiques

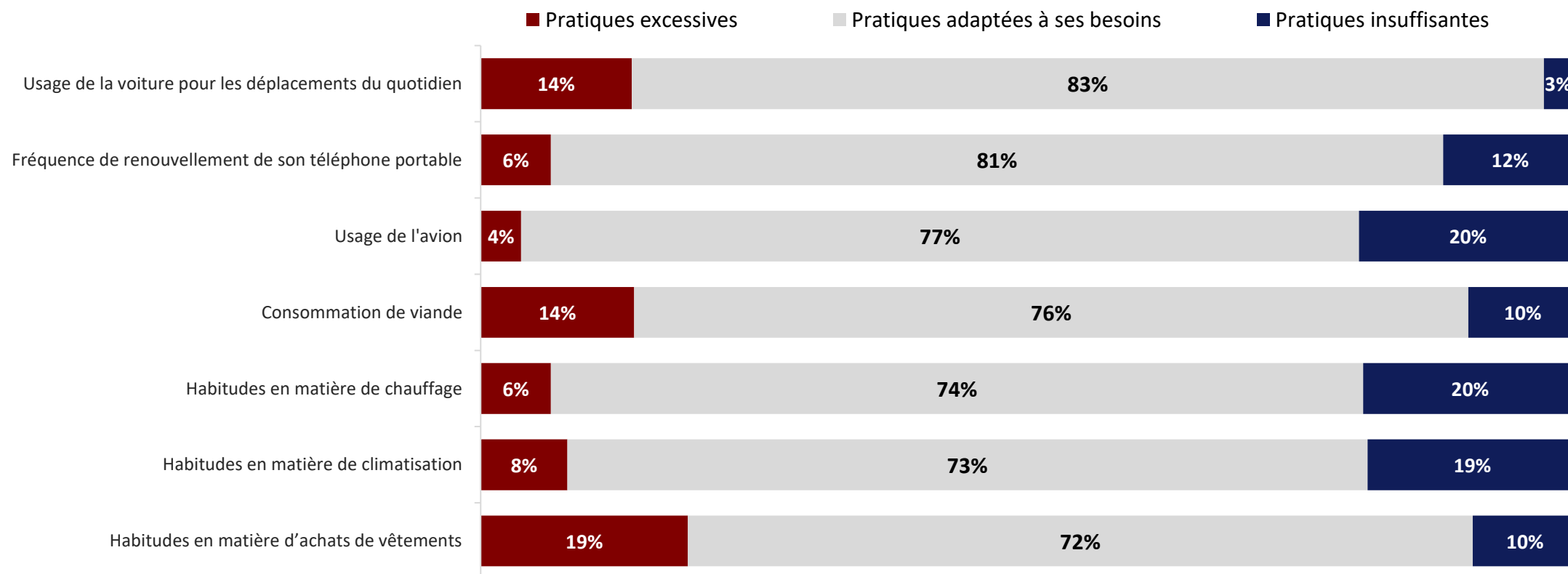
Base : individus concernés par chaque pratique, bases multiples



La tendance majoritaire consiste à estimer que ses pratiques sont adaptées à ses besoins

Avoir des pratiques ou usages adaptés à ses besoins, excessives, ou insuffisantes

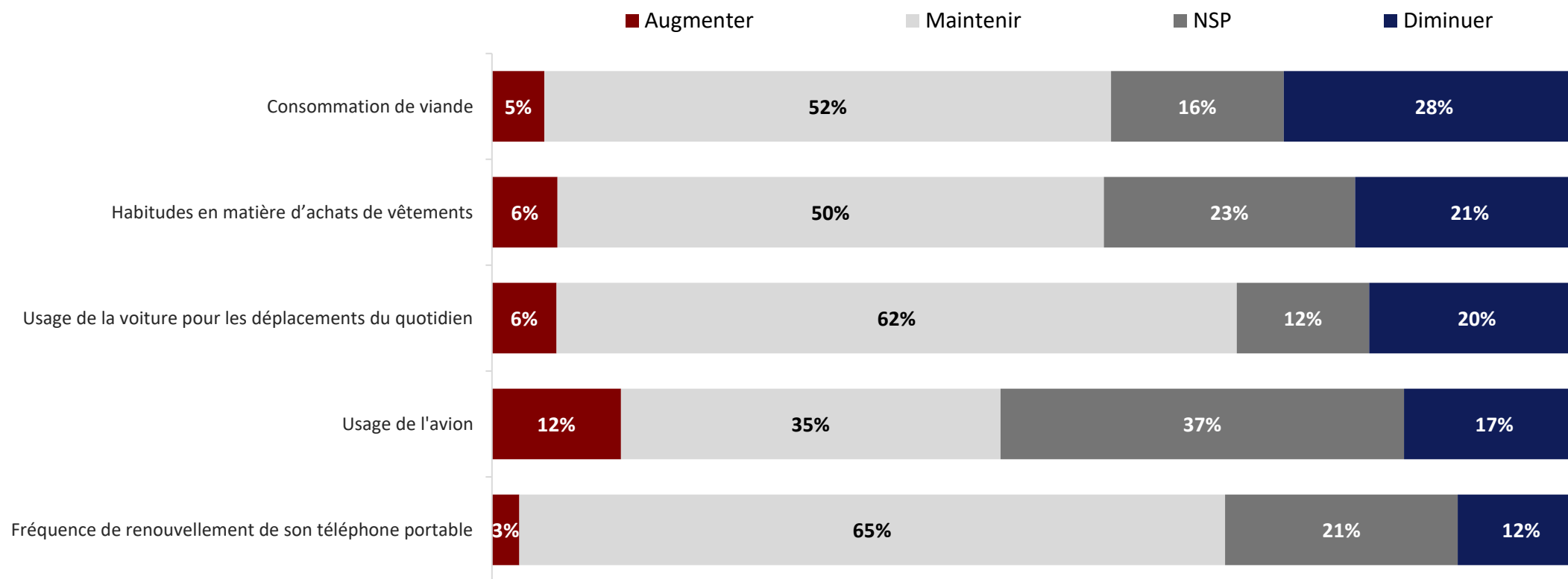
Base : individus concernés par chaque pratique, bases multiples



L'intention de réduire sa consommation à l'avenir

Perception de l'évolution de ses pratiques dans les années à venir

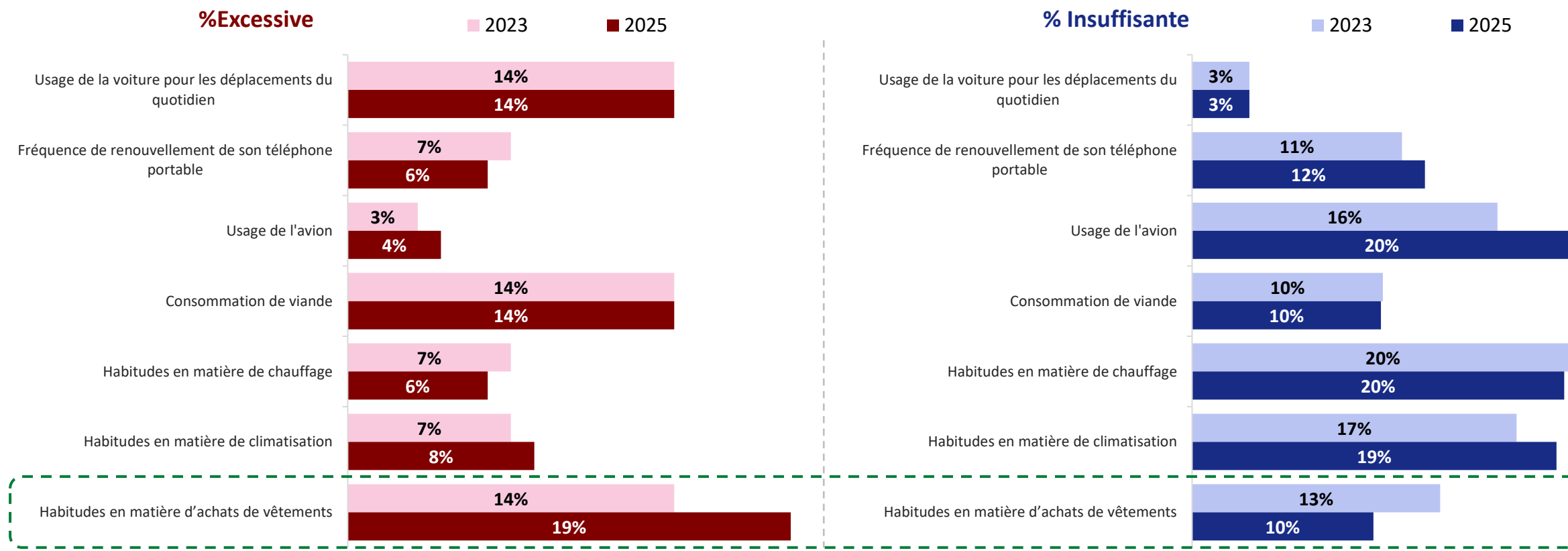
Base : individus concernés par chaque pratique, bases multiples



Évolution de la perception de ses pratiques : une prise de conscience inchangée, à l'exception peut-être des achats de vêtements

Avoir des pratiques ou usages adaptés à ses besoins, excessives, ou insuffisantes

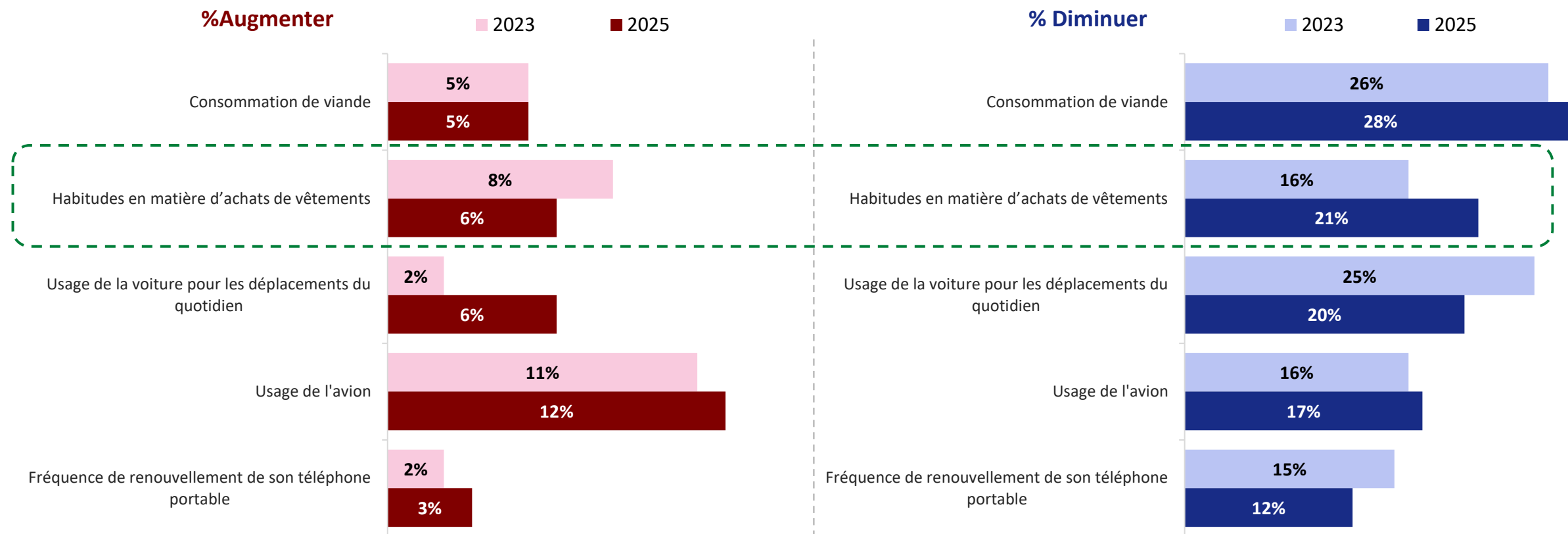
Base : individus concernés par chaque pratique, bases multiples



Les déclarations d'intentions sont globalement similaires à celles évoquées il y a 2 ans...

Perception de l'évolution de ses pratiques dans les années à venir

Base : individus concernés par chaque pratique, bases multiples





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



DEUXIÈME PARTIE

Valeurs, représentations et mesures collectives

Conception du « Bien vivre » et valeurs consuméristes



Conception du « Bien vivre » et valeurs consuméristes – À retenir

- De manière générale, les Français adoptent une posture critique vis-à-vis de la place qu'occupe la consommation dans les modes de vie actuels. Que ce soit pour soi : « j'essaie de ne pas acheter de produits qui ne m'apparaissent pas nécessaires » (82 %) ou d'un point de vue plus large, sur la société : « On a tendance à accorder trop d'importance à la consommation matérielle » (77%).
- Ce discours critique s'étend également à la publicité qui est vue comme « trop présente » (83 %) et qui « pousse à consommer de manière excessive » (77%). Et dans une moindre mesure, aux opérations promotionnelles (avec l'idée qu'elles permettraient tout de même à tout le monde de consommer). Ce discours critique, bien que toujours largement majoritaire, s'atténue par rapport à 2023, surtout chez les plus modestes et les générations âgées.
- En moyenne, l'adhésion aux valeurs de sobriété est élevée. Une préférence pour la qualité, la durabilité et la réduction des achats inutiles se manifeste de manière très uniforme au sein de la population, bien qu'elle soit un peu plus élevée parmi les classes aisées, diplômés et urbaines (davantage sensibles au discours de sobriété). À l'inverse, le score d'adhésion aux logiques consuméristes est négatif, indiquant un rejet global du matérialisme. Il est toutefois marqué par un fort effet d'âge, les plus jeunes étant un peu plus réceptifs aux sirènes de la consommation. De fait, l'anti-consumérisme apparaît moins consensuel que le discours de sobriété.
- 83 % des Français estiment que les gens consomment trop, mais seuls 32 % jugent eux-mêmes consommer trop, et seuls 11 % estiment consommer davantage que la plupart des Français. Finalement, près d'un Français sur deux pense qu'il pourrait consommer moins.
- L'analyse des sentiments de fierté ou de honte liés à la consommation nous apprend que les comportements de sobriété (réduire sa consommation, faire durer, acheter d'occasion...) sont source de fierté. Signe que la norme sociale tend à les valoriser. Pour autant, les comportements « d'ébriété » (consommer plus, renouveler régulièrement, prendre l'avion...) ne sont pas proportionnellement source de honte ou de culpabilité, signe qu'ils apparaissent encore comme « normaux ».
- Les éléments jugés essentiels pour « bien vivre » sont avant tout les relations sociales, le fait de sentir bien dans son logement, et finalement, le fait de « bien gagner sa vie » n'apparaît qu'en 5^{ème} position. Toutefois, actuellement, 47 % des Français sont insatisfaits de leur niveau de vie, et seuls 7 % accepteraient de réduire un peu leur pouvoir d'achat sans que cela nuise à leur qualité de vie.
- Le revenu perçu comme minimum pour « bien vivre » est en moyenne de 2 359 € net par foyer, soit 1 588 € par unité de consommation. Un montant inférieur de 18% par rapport au revenu moyen dans notre échantillon. En cas de hausse de revenus, les Français privilégieraient l'épargne.

Attitudes en matière de consommation et valeurs consuméristes



Les attitudes en matière de consommation

Voici différentes affirmations pouvant caractériser vos comportements d'achat. Pour chacune d'elles, indiquez si elles vous correspondent ou non ?

Q110 - Base totale, n= 4000

Ne vous correspond pas du tout

Ne vous correspond pas vraiment

Vous correspond plutôt bien

Vous correspond parfaitement

Je fais tout pour faire durer les produits que j'achète le plus longtemps possible

9% 4% 5% 40% 52% 92% -2pts

J'essaie de ne pas acheter de produits qui ne m'apparaissent pas nécessaires

17% 7% 10% 43% 39% 82% nouveau

Je préfère acheter moins mais de qualité

23% 7% 16% 47% 30% 77% -2pts

Je privilégie des produits qui respectent l'environnement

45% 15% 30% 43% 12% 55% -9pts

J'aime faire les magasins [...] sans avoir quelque chose de spécial à acheter*

52% 28% 24% 32% 17% 49% nouveau

Le plaisir d'acheter est aussi important que l'utilité du produit

54% 27% 27% 33% 13% 46% nouveau

J'attache plus d'importance au prix qu'à la durée de vie et la solidité du produit

57% 22% 35% 30% 14% 44% +6pts

Lorsque je n'ai pas le moral, faire des achats m'aide à me sentir mieux

69% 44% 25% 21% 9% 30% +2pts

J'aime bien renouveler régulièrement ma garde-robe

71% 36% 35% 22% 7% 29% +2pts

Je cède facilement à la tentation

72% 33% 39% 21% 7% 28% +1pt

J'achète de nouveaux produits même si je possède de vieux produits encore utilisables

75% 38% 37% 19% 6% 25% +4pts

Acheter des produits nouveaux me permet de me sentir reconnu(e), intégré(e) par mon entourage

83% 56% 27% 12% 4% 16% +2pts

J'aime posséder plus de choses que les autres

87% 64% 23% 9% 4% 13% +3pts

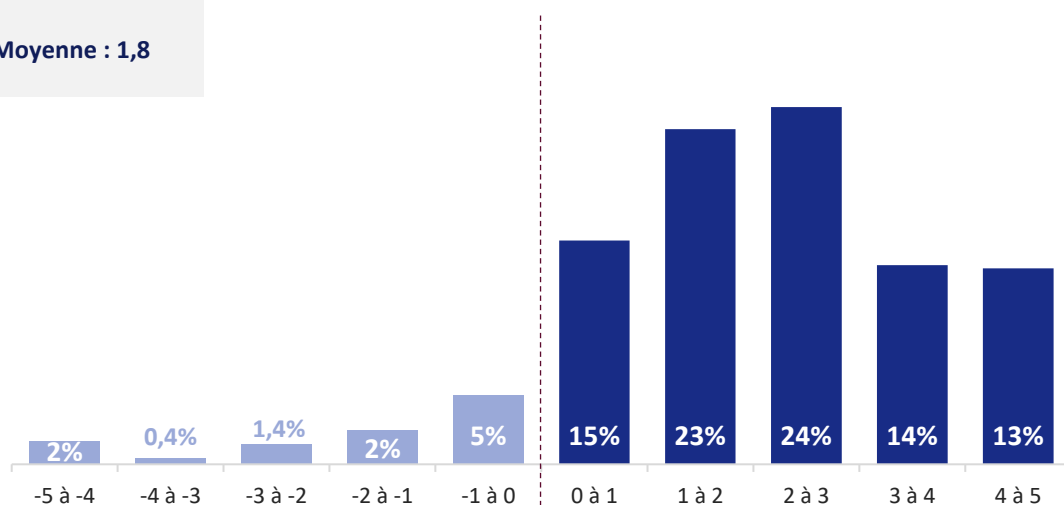
* J'aime faire les magasins (ou surfer sur les sites de vente en ligne) sans avoir quelque chose de spécial à acheter

Indicateur composite d'adhésion aux valeurs de la sobriété

Indicateur composite d'adhésion aux valeurs de la sobriété

À partir de Q110 - Base totale, n= 4000

Moyenne : 1,8

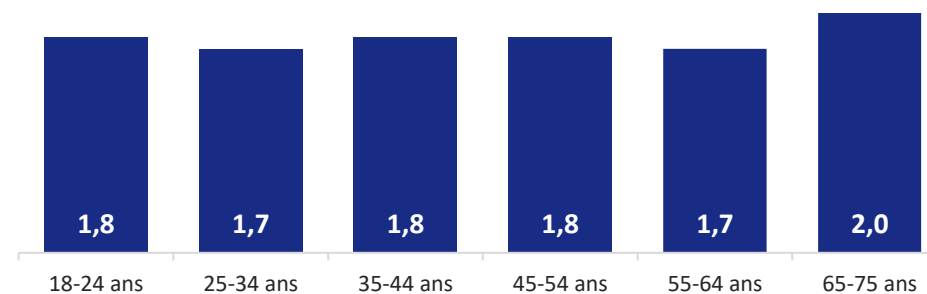


Méthodologie de création du score d'adhésion aux valeurs de la sobriété

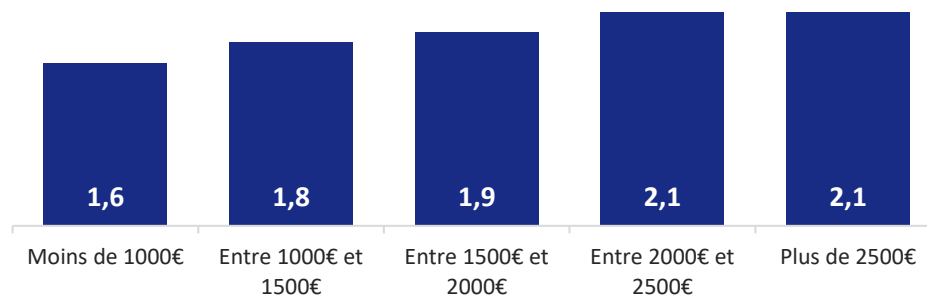
Les affirmations suivantes ont été recodées sur une échelle allant de -5 (n'adhère pas) à +5 (adhère) ; la moyenne de l'ensemble constitue le score d'adhésion aux valeurs de la sobriété :

- Je préfère acheter moins, mais de qualité
- J'essaie de ne pas acheter de produits qui ne m'apparaissent pas nécessaires
- Je privilégie des produits qui respectent l'environnement
- Je fais tout pour faire durer les produits que j'achète le plus longtemps possible

Moyenne en fonction de l'âge



Moyenne en fonction du niveau de vie du foyer (revenus mensuels nets par unité de consommation)

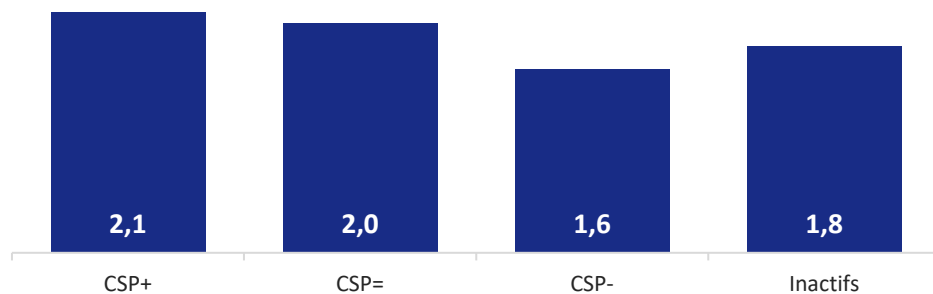


Une adhésion aux valeurs de la **sobriété** plus importante chez les profils urbains, CSP+ et diplômés

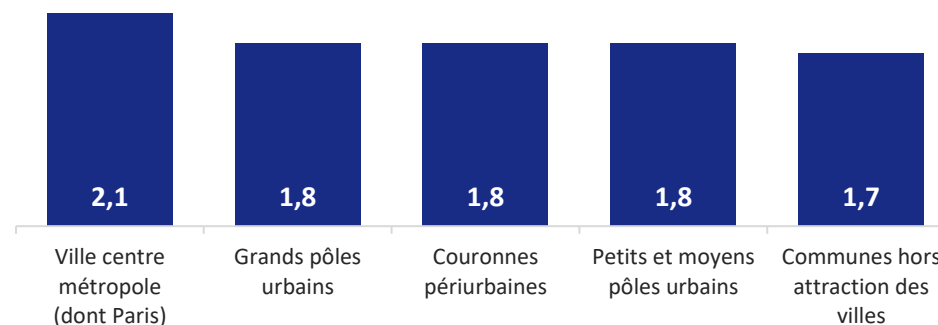
Indicateur composite d'adhésion aux valeurs de la sobriété

À partir de Q110 - Base totale, n= 4000

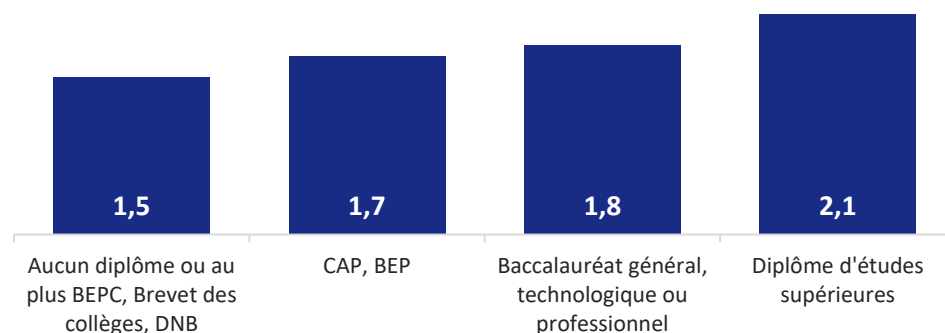
Moyenne en fonction de la CSP



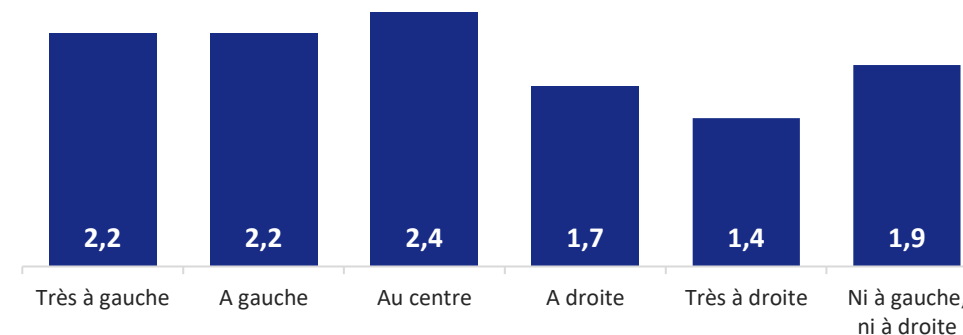
Moyenne en fonction du type de territoire



Moyenne en fonction du niveau de diplôme



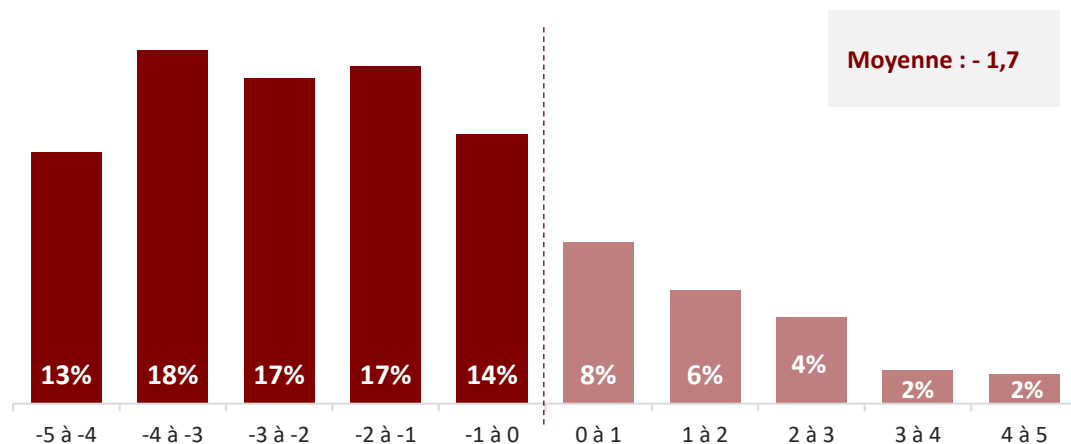
Moyenne en fonction de la sensibilité politique



Indicateur composite d'adhésion aux logiques consuméristes

Indicateur composite d'adhésion aux logiques consuméristes

À partir de Q110 - Base totale, n= 4000

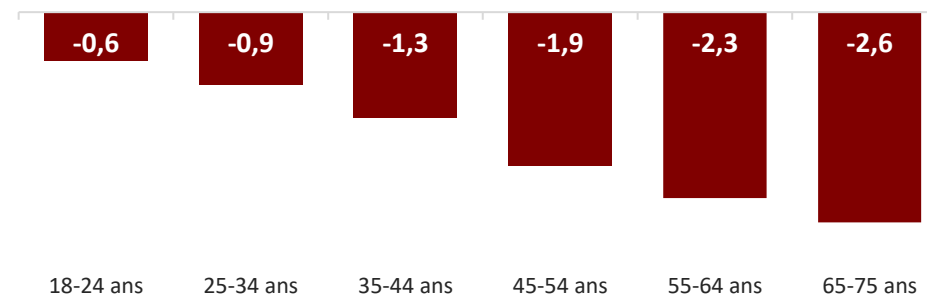


Méthodologie de création du score d'adhésion aux logiques consuméristes

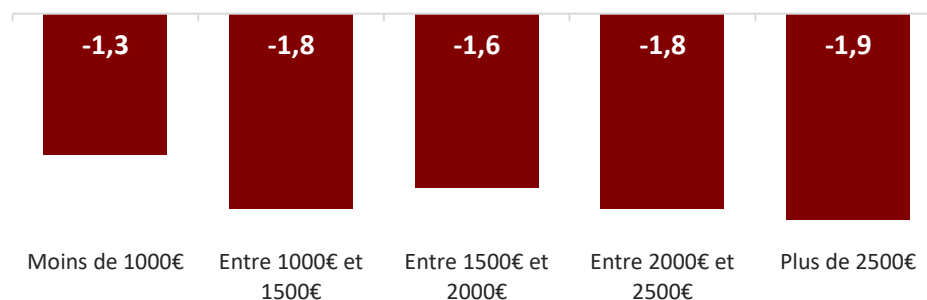
Les affirmations suivantes ont été recodées sur une échelle allant de -5 (n'adhère pas) à +5 (adhère) ; la moyenne de l'ensemble constitue le score d'adhésion aux logiques consuméristes :

- Je cède facilement à la tentation
- J'attache plus d'importance au prix qu'à la durée de vie et la solidité du produit
- J'aime posséder plus de choses que les autres
- Lorsque je n'ai pas le moral, faire des achats m'aide à me sentir mieux
- Acheter des produits nouveaux me permet de me sentir reconnu(e), intégré(e) par mon entourage
- J'achète de nouveaux produits même si je possède de vieux produits encore utilisables
- J'aime faire les magasins (ou surfer sur les sites de vente en ligne) sans avoir quelque chose de spécial à acheter
- Le plaisir d'acheter est aussi important que l'utilité du produit

Moyenne en fonction de l'âge



Moyenne en fonction du niveau de vie du foyer (revenus mensuels nets par unité de consommation)

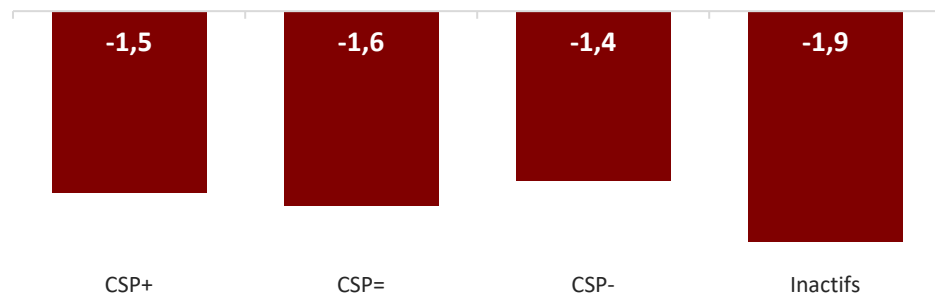


Un rejet des **logiques consuméristes** plus fort dans les communes rurales, chez les peu diplômés et inactifs

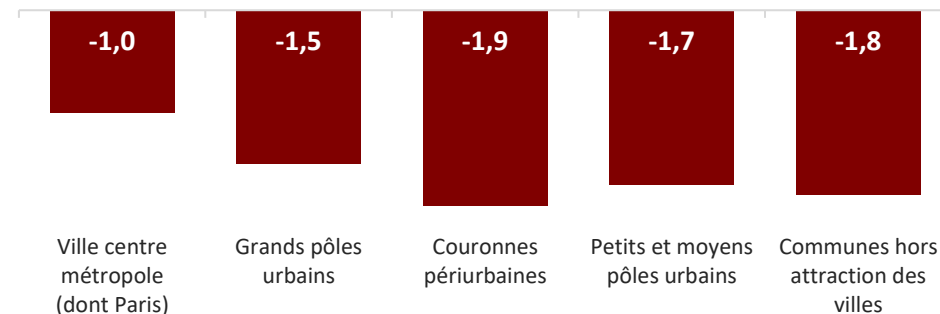
Indicateur composite d'adhésion aux logiques consuméristes

À partir de Q110 - Base totale, n= 4000

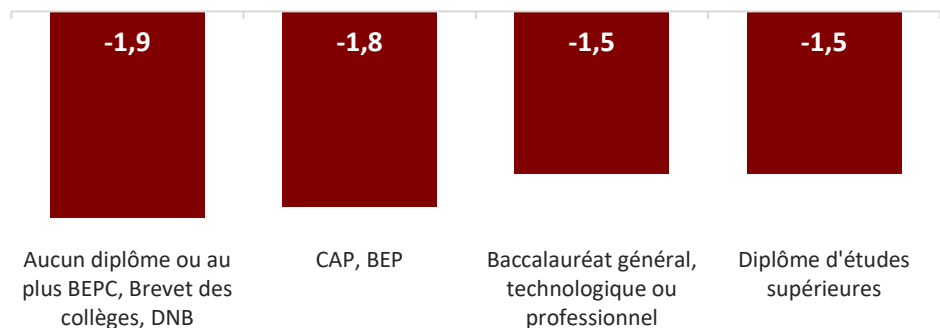
Moyenne en fonction de la CSP



Moyenne en fonction du type de territoire



Moyenne en fonction du niveau de diplôme



Moyenne en fonction de la sensibilité politique



Un discours critique à l'égard des logiques consuméristes répandu, mais qui tend à s'atténuer

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? En France...

Q128 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Sans opinion

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

On a tendance à accorder trop d'importance à la consommation matérielle

15% 13% 8% 48% 29% 77% -6pts

Les gens passent trop de temps à consommer plutôt qu'à profiter des plaisirs simples de la vie

15% 12% 9% 49% 28% 76% -5pts

Notre manière de consommer est nuisible à l'environnement

19% 6% 13% 9% 44% 28% 72% -5pts

Les gens passent trop de temps à gagner de l'argent plutôt que de profiter de la vie

28% 8% 20% 12% 42% 18% 60% -7pts

La croissance de la consommation est indispensable pour assurer la croissance économique du pays

31% 9% 21% 14% 43% 12% 55% nouveau

Heureusement qu'il y a la consommation de biens pour compenser et se faire plaisir

46% 18% 28% 17% 32% 6% 38% +1pt

La consommation est un moyen d'affirmer son identité

63% 33% 30% 12% 20% 5% 26% nouveau

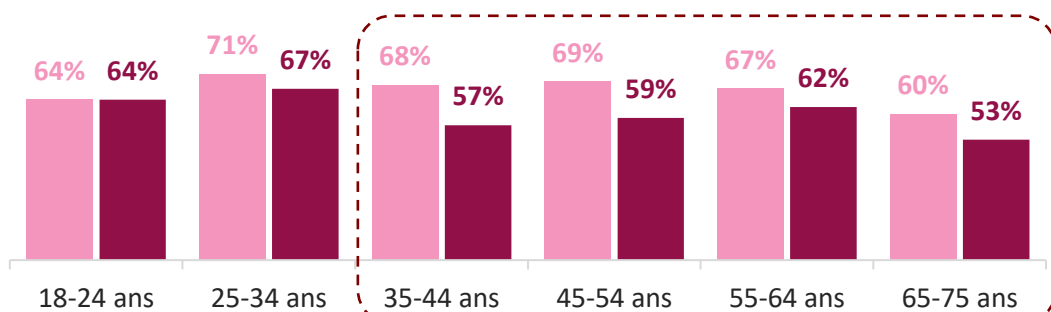
Un discours critique à l'égard des logiques consuméristes qui s'atténue dans le temps particulièrement parmi les petits revenus et au sein des tranches d'âges plus élevées

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ? En France...

Q128 - Base : sous-échantillon 1, n = 2000

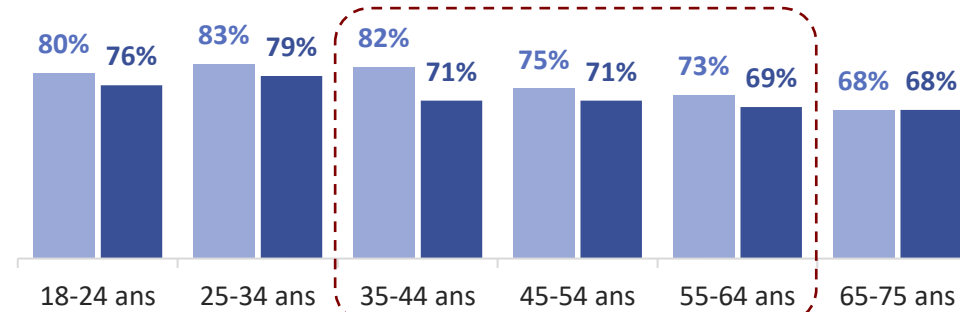
Les gens passent trop de temps à gagner de l'argent plutôt que de profiter de la vie

■ 2023 ■ 2025 Selon l'âge

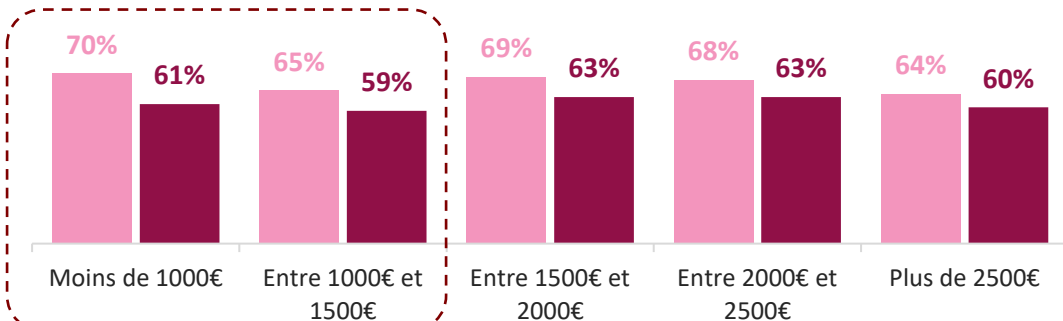


« Notre manière de consommer est nuisible à l'environnement »

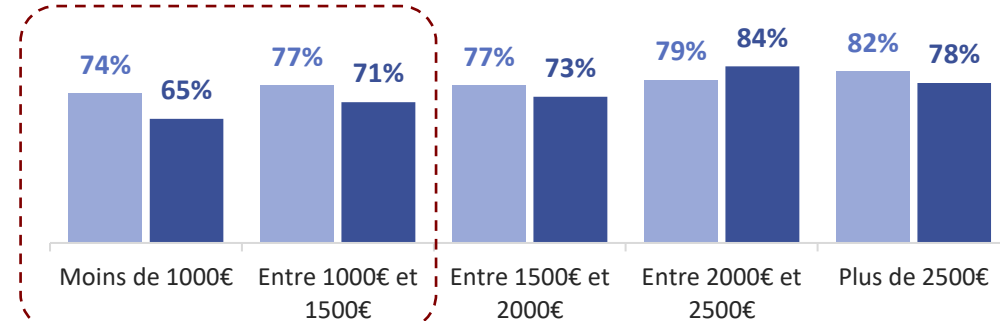
■ 2023 ■ 2025 Selon l'âge



■ 2023 ■ 2025 Selon le niveau de vie



■ 2023 ■ 2025 Selon le niveau de vie



Sous-total « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »

Un rapport toujours critique à la publicité, mais qui tend aussi à s'émousser

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

Q132 - Base sous-échantillon 3 (sous-échantillon 2 séparé en 2), n= 1000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Sans opinion

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

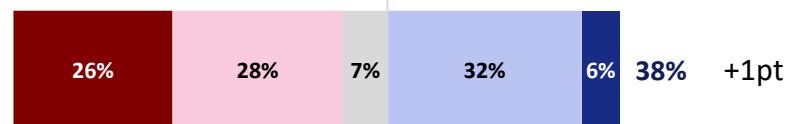
La publicité est trop présente partout, tout le temps dans nos vies



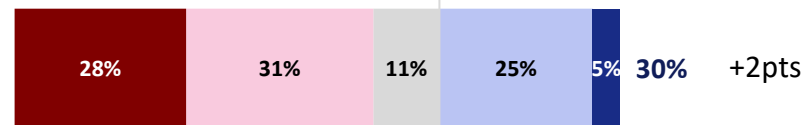
La publicité pousse à consommer de manière excessive



La publicité est nécessaire pour fournir de l'information aux consommateurs



La publicité est indispensable au bon fonctionnement de l'économie



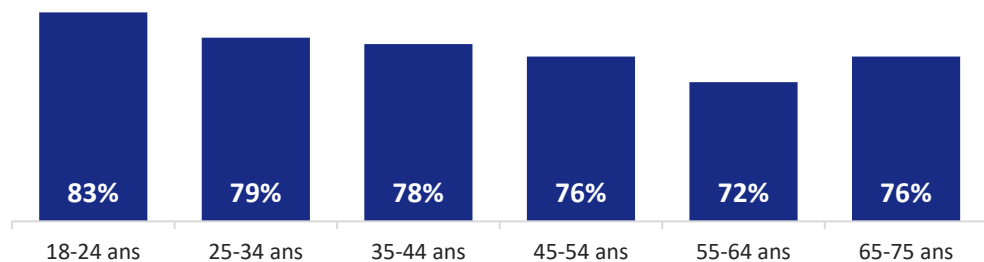
Un rapport à la publicité qui diffère selon la sensibilité politique

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

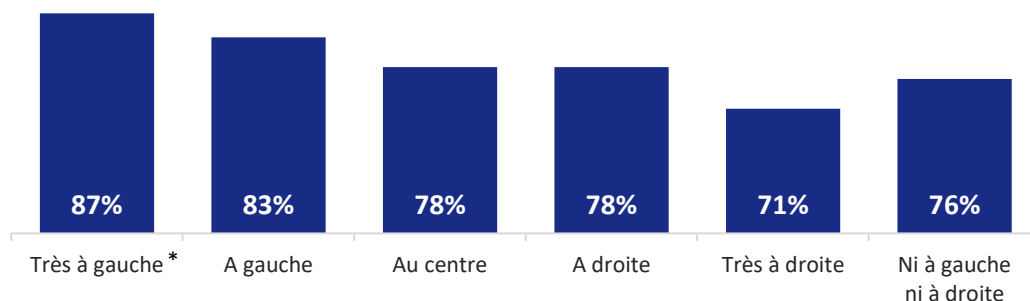
Q132 - Base sous-échantillon 3 (sous-échantillon 2 séparé en 2), n= 1000

« La publicité pousse à consommer de manière excessive »

ST D'accord en fonction de l'âge

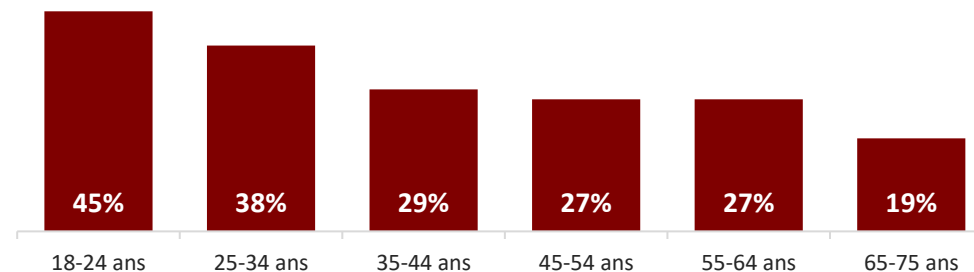


ST D'accord en fonction de la sensibilité politique

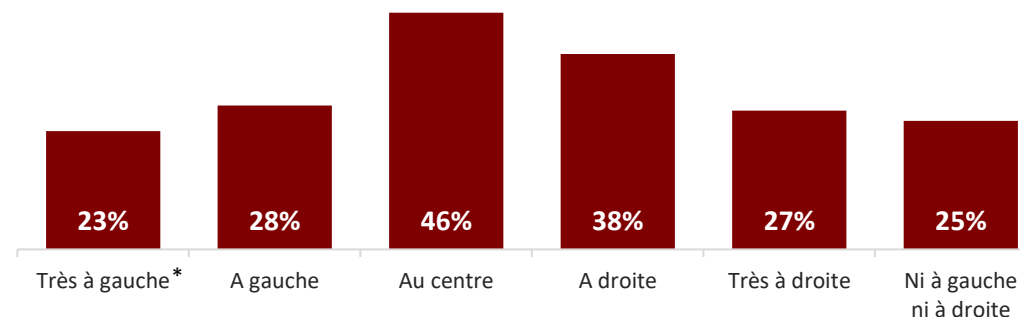


« La publicité est indispensable au bon fonctionnement de l'économie »

ST D'accord en fonction de l'âge



ST D'accord en fonction de la sensibilité politique



* Effectifs faibles (n<50) , résultats à considérer avec prudence

Un rapport critique aux opérations promotionnelles (dans une moindre mesure par rapport au rapport à la publicité)

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

Q132 – Base sous-échantillon 4 (sous-échantillon 2 séparé en 2), n = 1000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Sans opinion

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Les opérations promotionnelles poussent à consommer de manière excessive



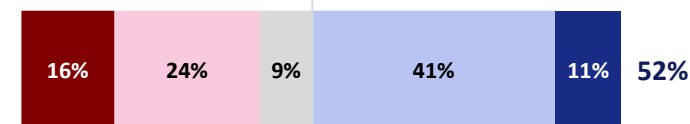
=/publicité

Les opérations promotionnelles sont trop présentes partout, tout le temps dans nos vies

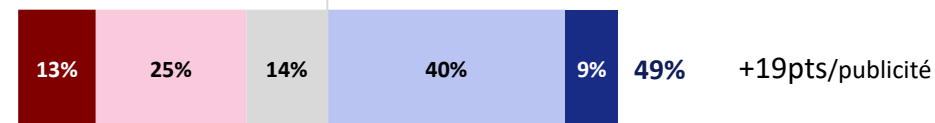


-23pts/publicité

Les opérations promotionnelles sont nécessaires pour que tout le monde puisse consommer



Les opérations promotionnelles sont indispensables au bon fonctionnement de l'économie



+19pts/publicité

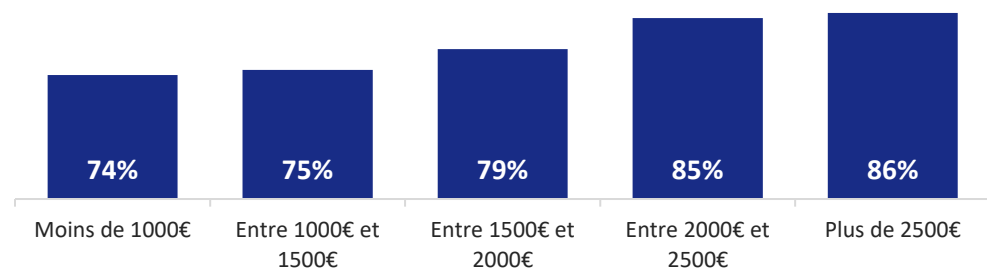
Un rapport aux opérations promotionnelles qui diffère aussi selon le niveau de vie et la sensibilité politique

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations suivantes ?

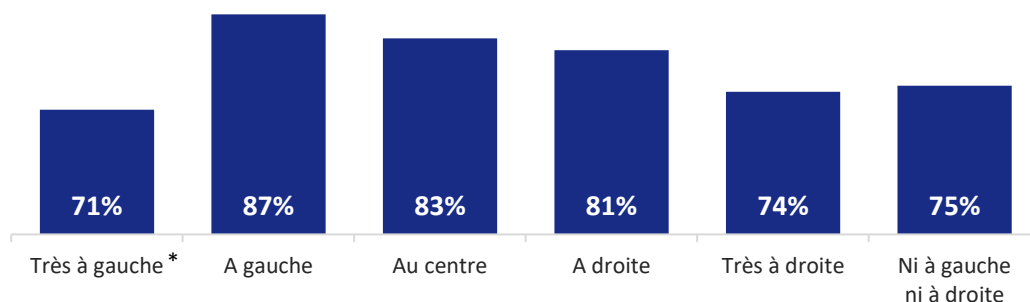
Q132 – Base sous-échantillon 4 (sous-échantillon 2 séparé en 2), n = 1000

« Les opérations promotionnelles poussent à consommer de manière excessive »

ST D'accord en fonction du niveau de vie (mensuels nets par UC)

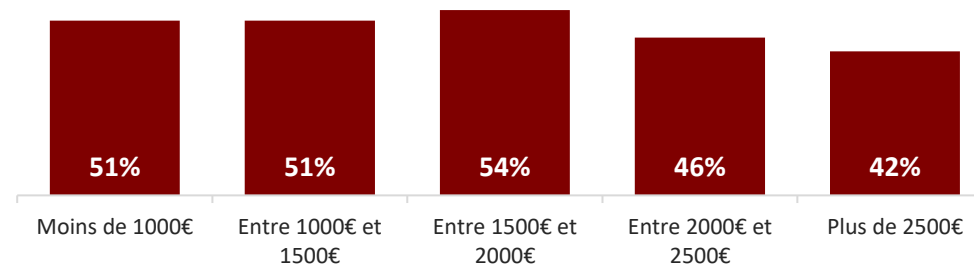


ST D'accord en fonction de la sensibilité politique

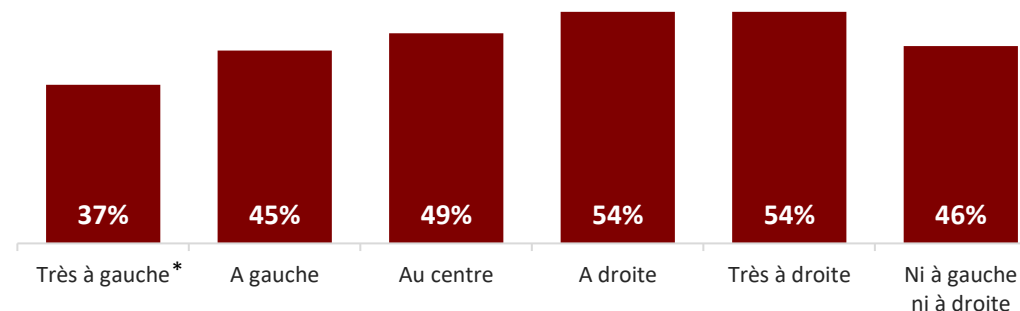


« Les opérations promotionnelles sont indispensables au bon fonctionnement de l'économie »

ST D'accord en fonction du niveau de vie (mensuels nets par UC)



ST D'accord en fonction de la sensibilité politique



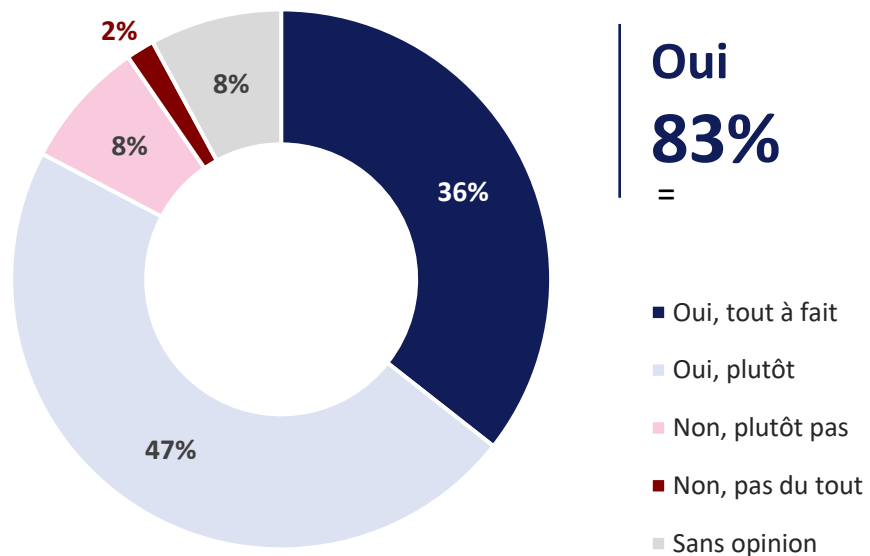
* Effectifs faibles (n<50) , résultats à considérer avec prudence

Un réquisitoire plus souvent appliqué aux autres qu'à soi-même

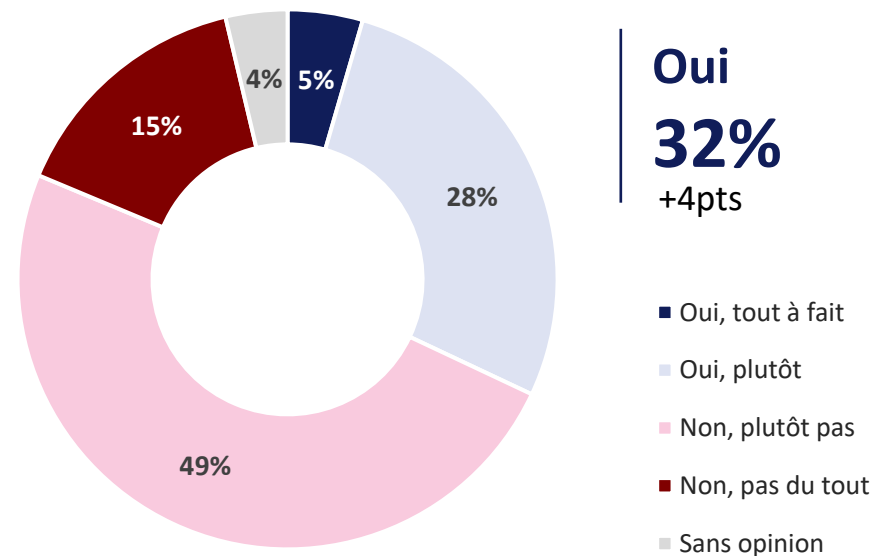
La perception de sa consommation

Q131 & Q132 - Base : sous-échantillon 2, n = 2000

Q131 - Diriez-vous qu'aujourd'hui, en France, les gens consomment trop ?



Q132 - Et vous personnellement, diriez-vous que vous consommez trop ?

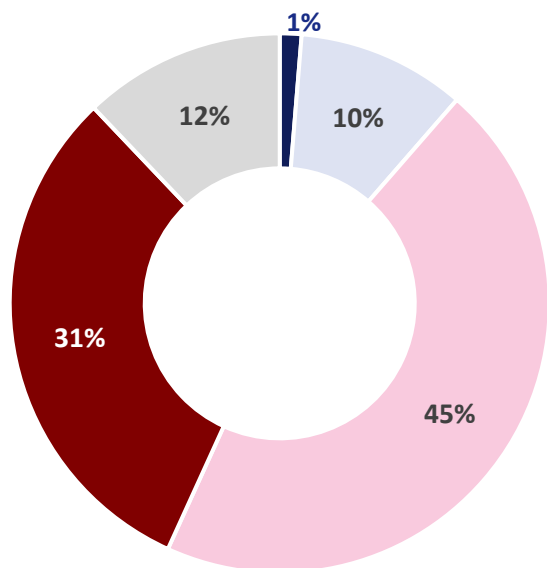


Un réquisitoire plus souvent appliqué aux autres qu'à soi-même

La perception de sa consommation

Q133 & Q134 - Base : sous-échantillon 2, n = 2000

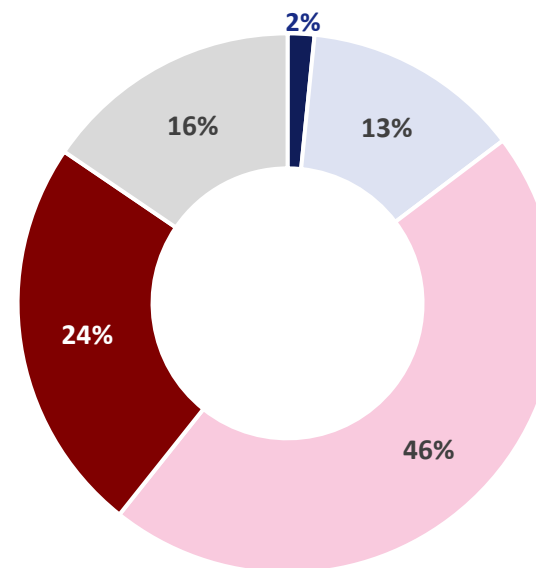
Q133 - Et vous personnellement, diriez-vous que vous consommez plus que la plupart des Français ?



Oui
11%

- Oui, beaucoup plus
- Oui, un peu plus
- Non, un peu moins
- Non, beaucoup moins
- Sans opinion

Q134 - Et vous personnellement, diriez-vous que vous consommez plus que la plupart des personnes de votre entourage ?



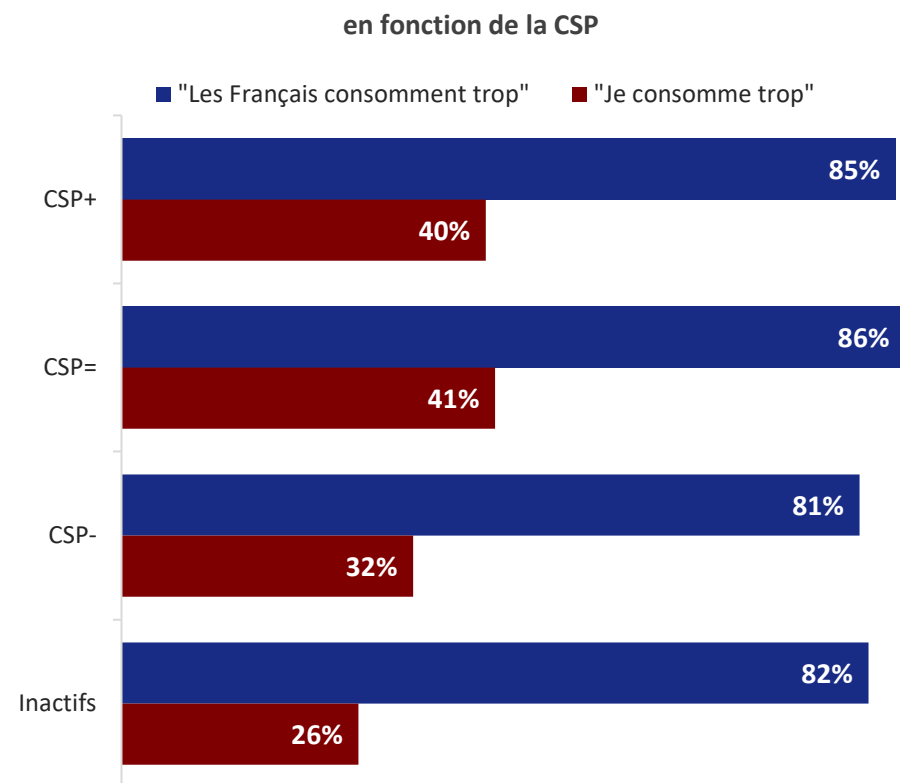
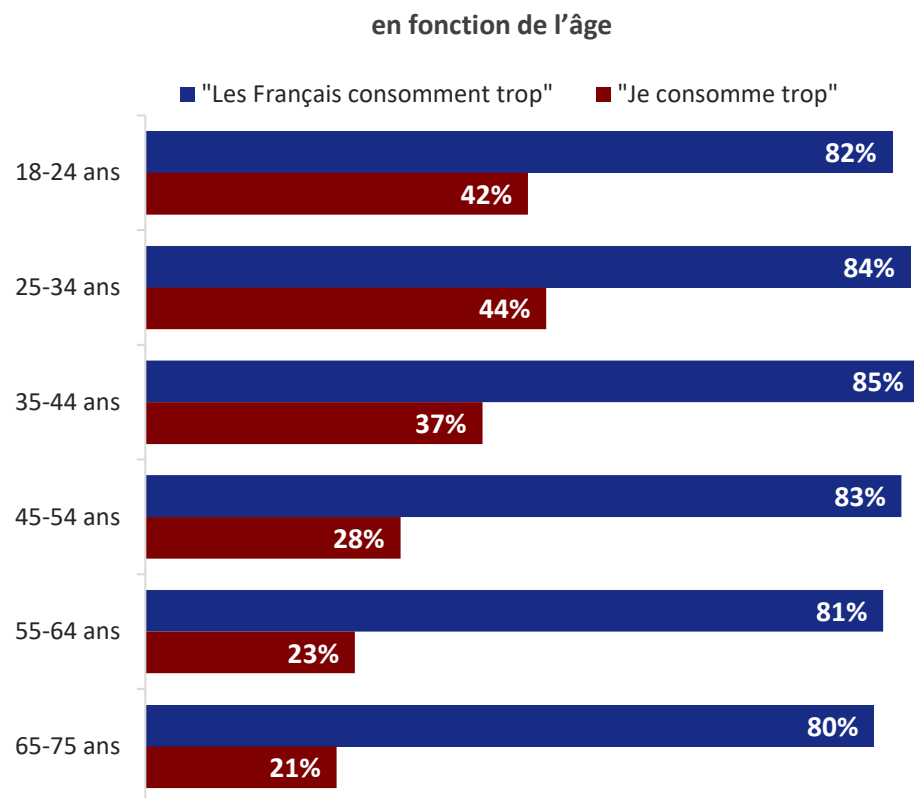
Oui
15%

- Oui, beaucoup plus
- Oui, un peu plus
- Non, un peu moins
- Non, beaucoup moins
- Sans opinion

Évaluation de sa propre consommation au regard de celle des autres, selon l'âge et la CSP

La perception de sa consommation

Q131 & Q132 - Base : sous-échantillon 2, n= 2000 | Sous-total : « Oui, tout à fait » + « Oui, plutôt »

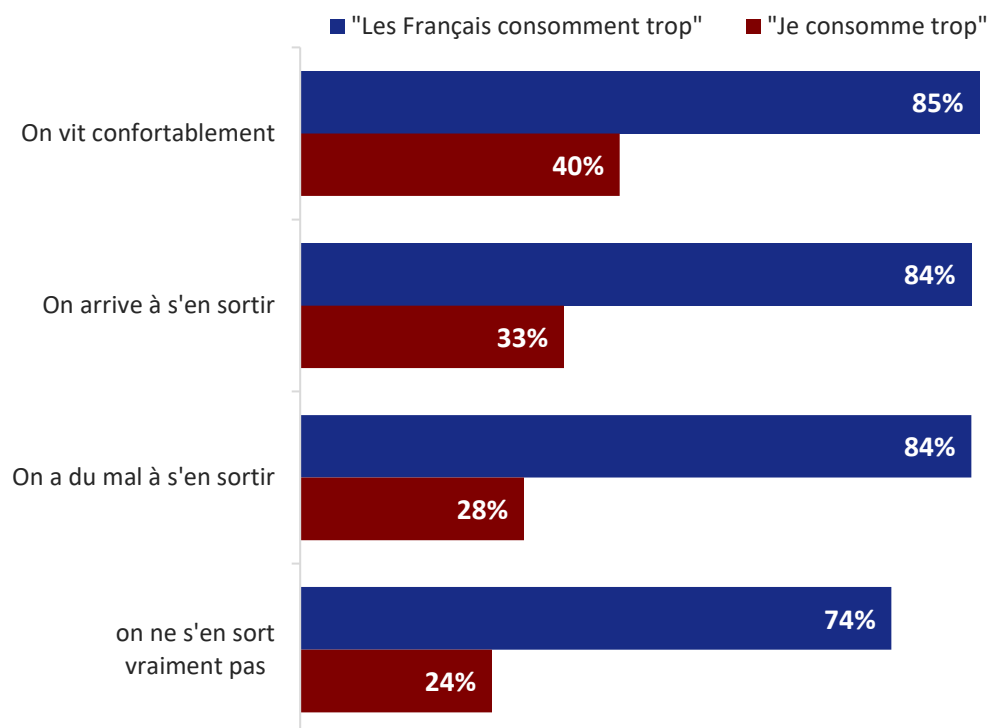


Évaluation de sa propre consommation au regard de celle des autres, selon le ressenti de la contrainte budgétaire et la taille d'agglomération

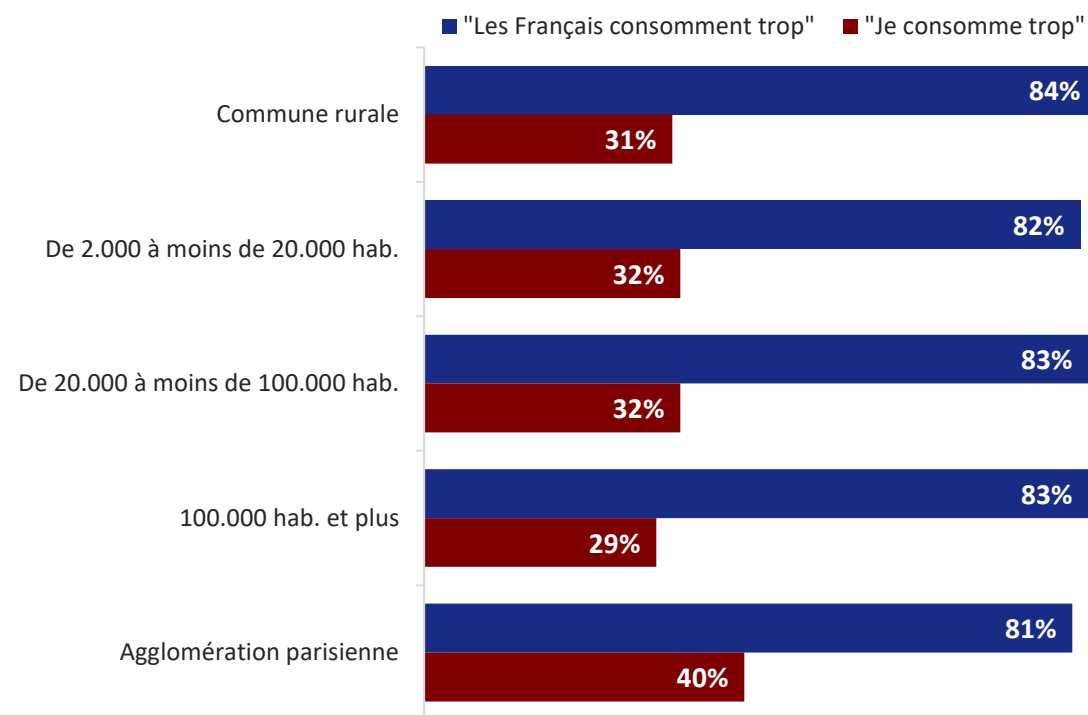
La perception de sa consommation

Q131 & Q132 - Base : sous-échantillon 2, n = 2000 | Sous-total : « Oui, tout à fait » + « Oui, plutôt »

en fonction du sentiment de contrainte budgétaire



en fonction de la taille d'agglomération

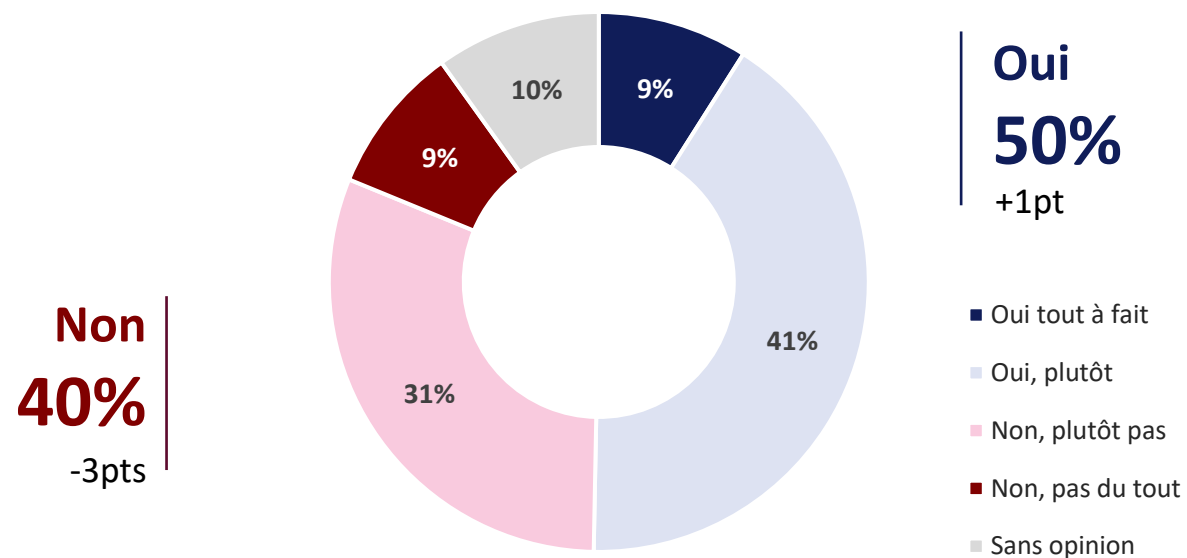


Près de 1 Français sur 2 pense qu'il pourrait consommer moins

La perception de sa consommation

Q135 - Base : sous-échantillon 2, n= 2000

Q135 – Et dans votre situation actuelle, pensez-vous que vous pourriez consommer moins ?

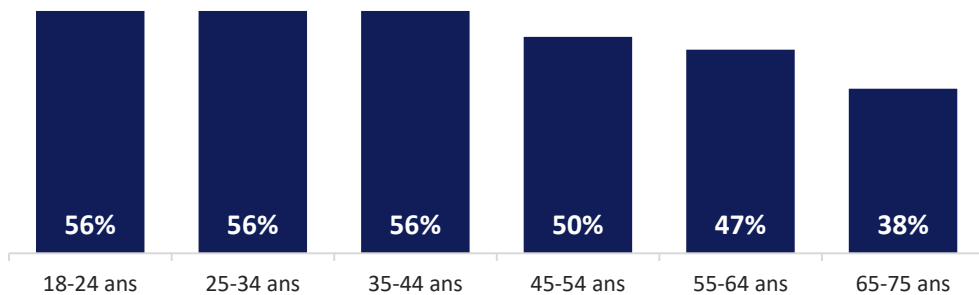


Les Français qui pourraient consommer moins : davantage des profils jeunes, CSP+, aisés

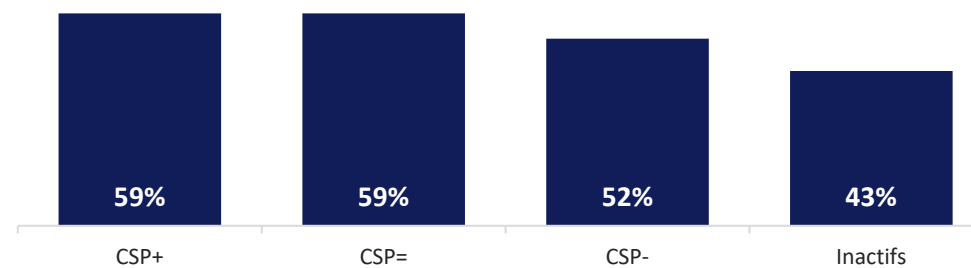
La perception de sa consommation

Q135 - Base : sous-échantillon 2, n = 2000

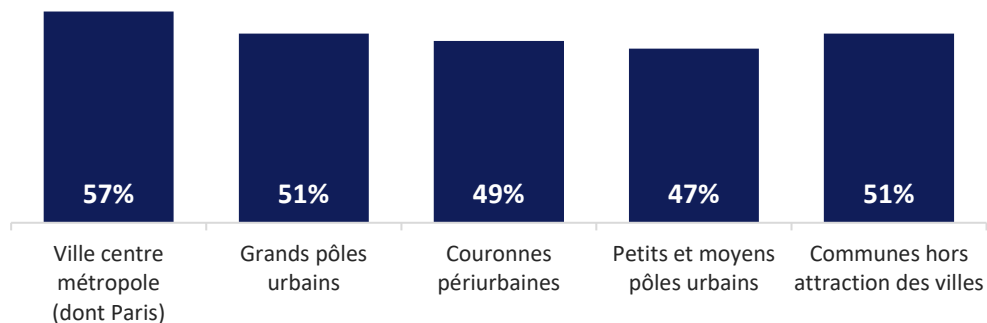
Estiment pouvoir **consommer moins** en fonction de l'âge



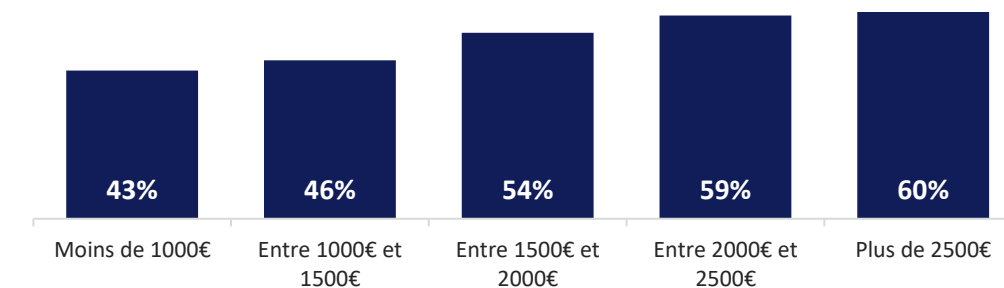
Estiment pouvoir **consommer moins** en fonction de la CSP



Estiment pouvoir **consommer moins** en fonction du type de territoire



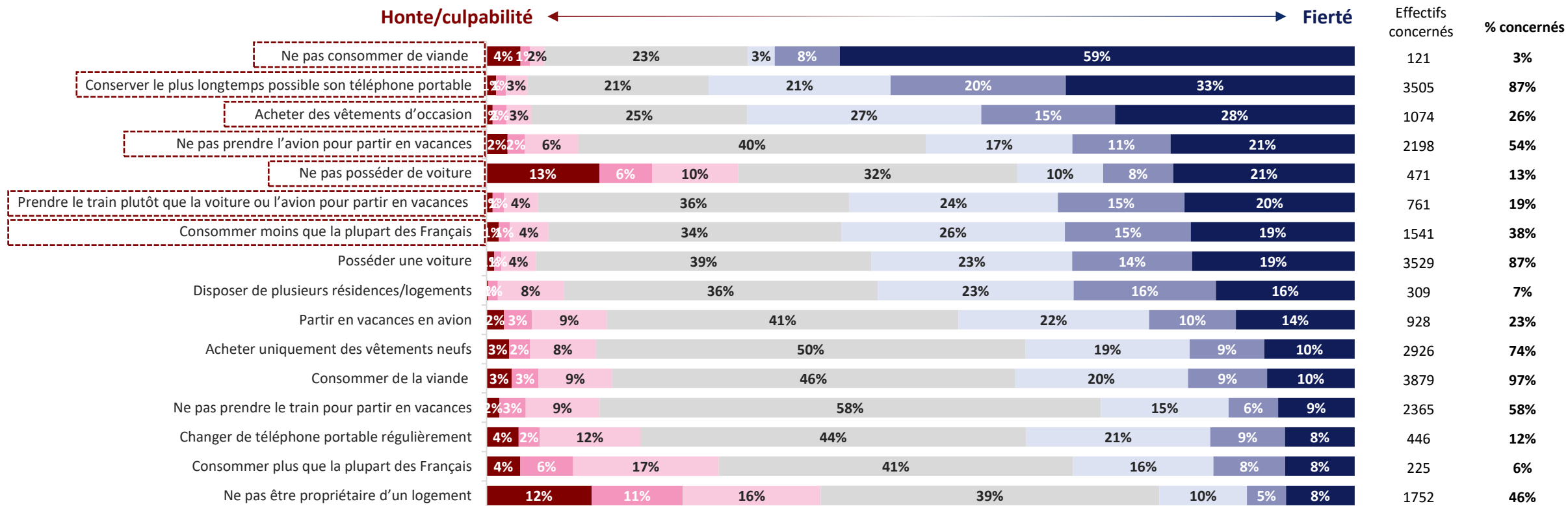
Estiment pouvoir **consommer moins** en fonction du niveau de vie (mensuels nets par UC)



Les pratiques de sobriété : parmi les pratiques qui apportent le plus un sentiment de fierté

Et vous arrive-t-il parfois de ressentir un sentiment de fierté ou de honte quant au fait de...

Q136 - Bases multiples- Note de 1 (honte/culpabilité) à 7 (fierté)

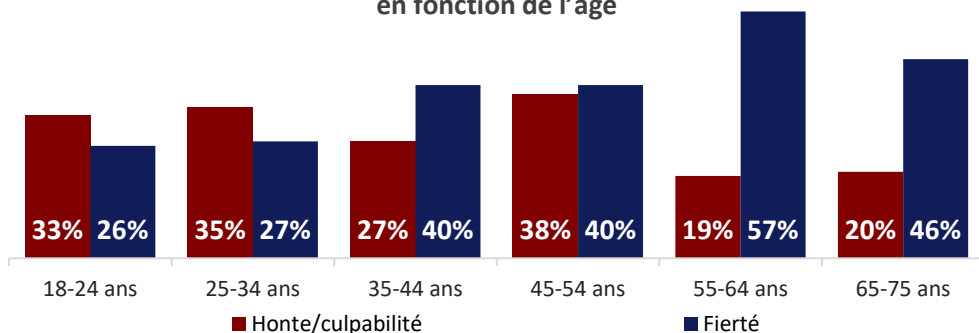


Le sentiment de honte de ne pas posséder de voiture est plus grand dans les communes rurales et parmi les foyers les plus modestes

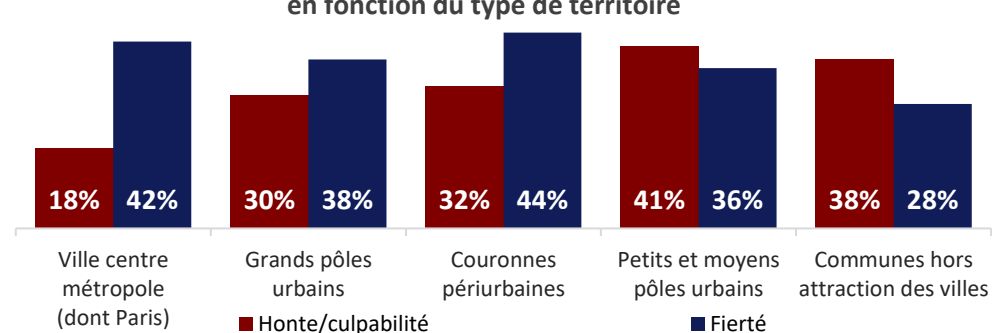
Et vous arrive-t-il parfois de ressentir un sentiment de fierté ou de honte quant au fait de... ?

Q136 - Base : ne possèdent pas de voiture, n=471 | « Honte/ culpabilité » = note de 1 à 3 et « fierté » = note de 5 à 7 (sur une échelle de 1 à 7)

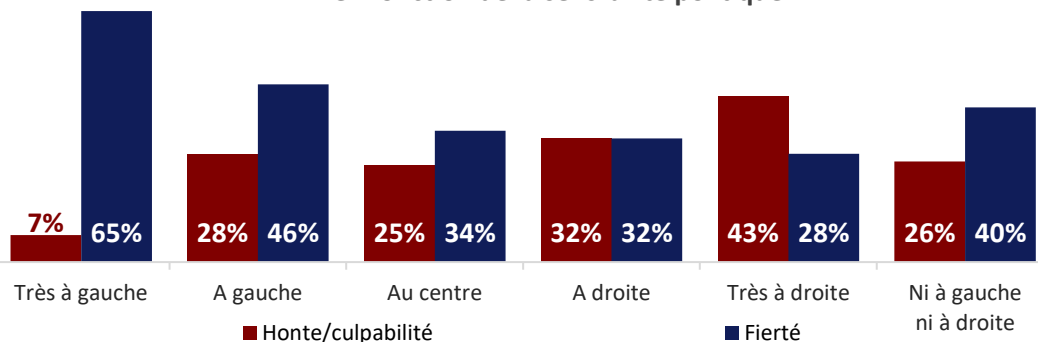
Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas posséder de voiture »
en fonction de l'âge



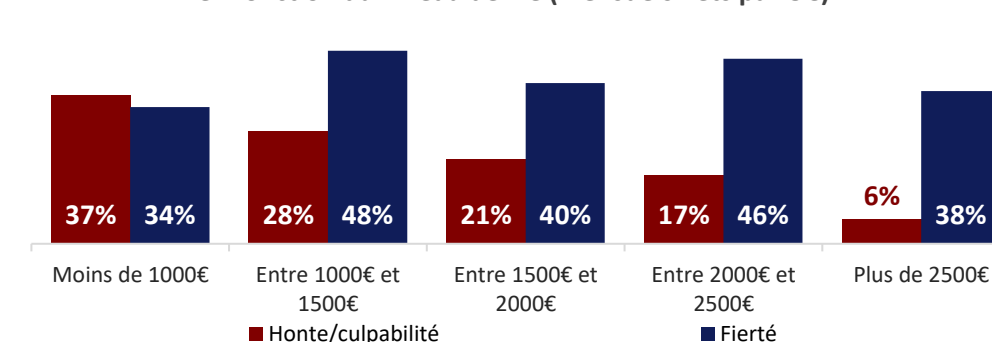
Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas posséder de voiture »
en fonction du type de territoire



Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas posséder de voiture »
en fonction de la sensibilité politique



Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas posséder de voiture »
en fonction du niveau de vie (mensuels nets par UC)

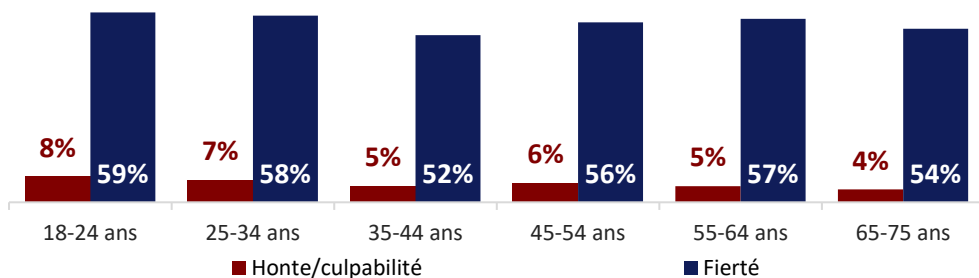


La fierté de posséder une voiture plus importante chez les CSP-, les personnes peu diplômées et positionnées à droite de l'échiquier politique

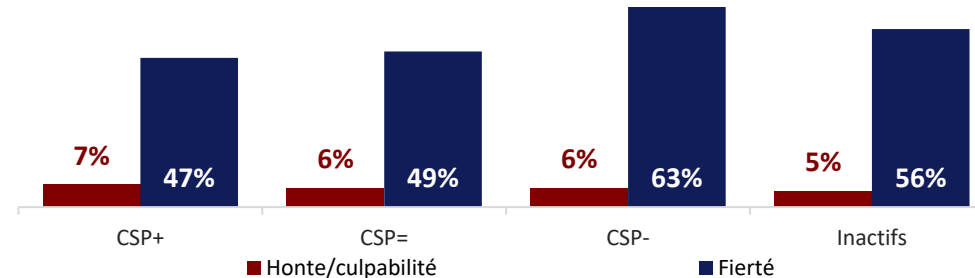
Et vous arrive-t-il parfois de ressentir un sentiment de fierté ou de honte quant au fait de... ?

Q136 - Base : possèdent un véhicule au foyer, n=3529 | « Honte/culpabilité » = note de 1 à 3 et « fierté » = note de 5 à 7 (sur une échelle de 1 à 7)

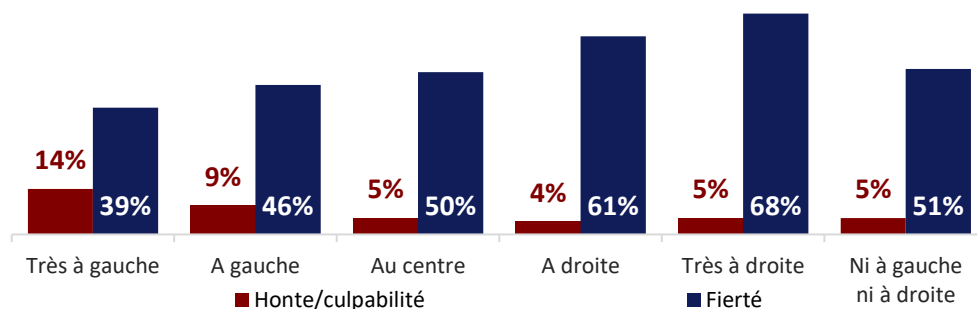
Sentiment vis-à-vis du comportement « posséder une voiture » en fonction de l'âge



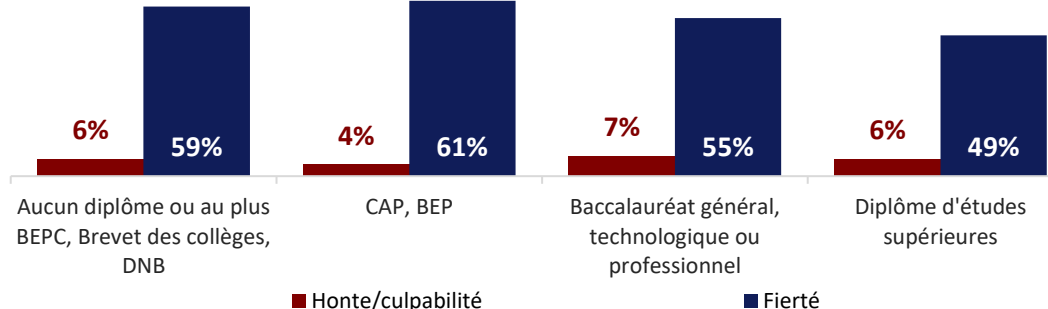
Sentiment vis-à-vis du comportement « posséder une voiture » en fonction de la CSP



Sentiment vis-à-vis du comportement « posséder une voiture » en fonction de la sensibilité politique



Sentiment vis-à-vis du comportement « posséder une voiture » en fonction du niveau de diplôme

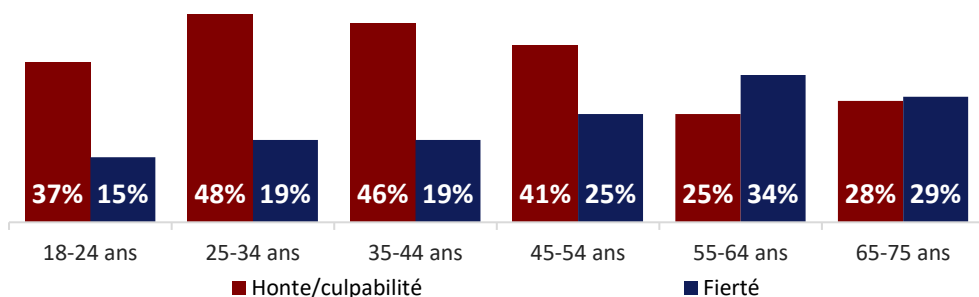


Le sentiment de honte vis-à-vis du fait de ne pas être propriétaire de son logement est plus important dans les classes aisées et diplômées

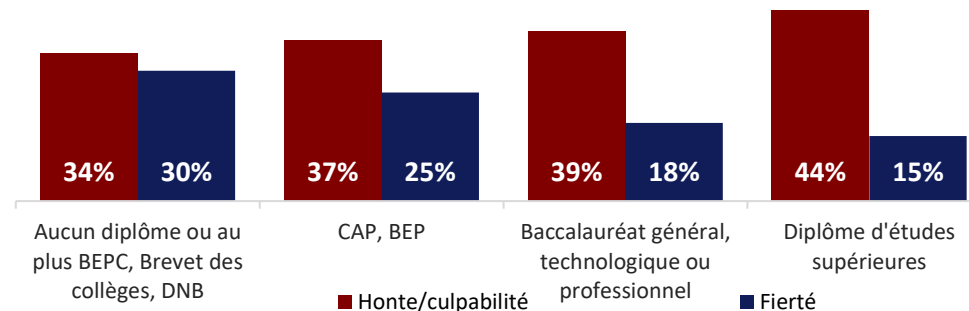
Et vous arrive-t-il parfois de ressentir un sentiment de fierté ou de honte quant au fait de... ?

Q136 - Base : ne sont pas propriétaires de leur logement, n=1752 | « Honte/culpabilité » = note de 1 à 3 et « fierté » = note de 5 à 7 (sur une échelle de 1 à 7)

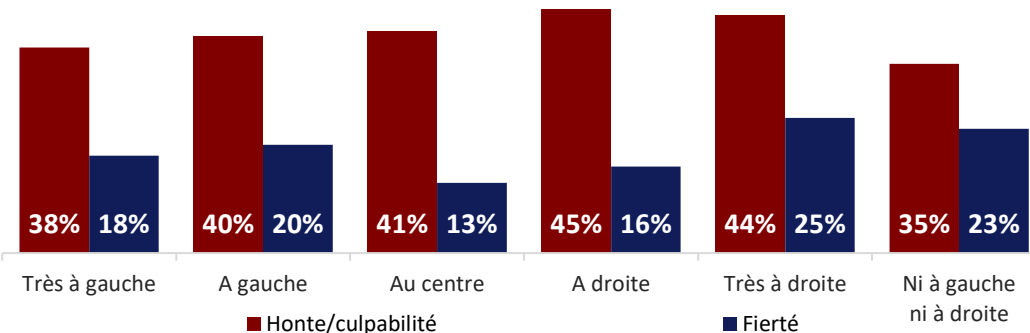
Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas être propriétaire d'un logement » en fonction de l'âge



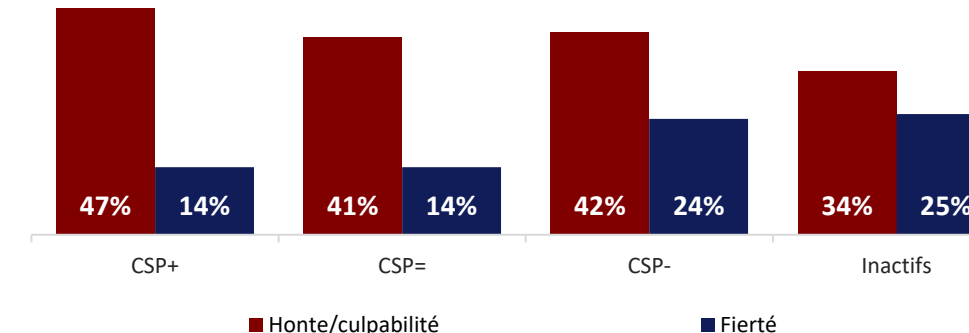
Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas être propriétaire d'un logement » en fonction du niveau de diplôme



Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas être propriétaire d'un logement » en fonction de la sensibilité politique



Sentiment vis-à-vis du fait de « ne pas être propriétaire d'un logement » en fonction de la CSP

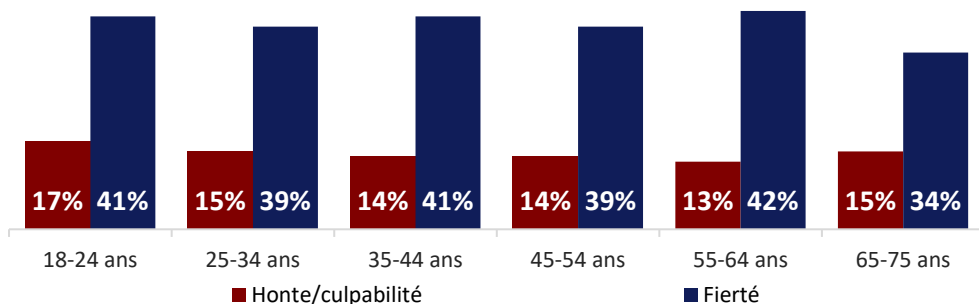


La fierté associée à la consommation de viande est plus marquée dans les foyers financièrement contraints ainsi que chez les individus se déclarant proches politiquement de la droite

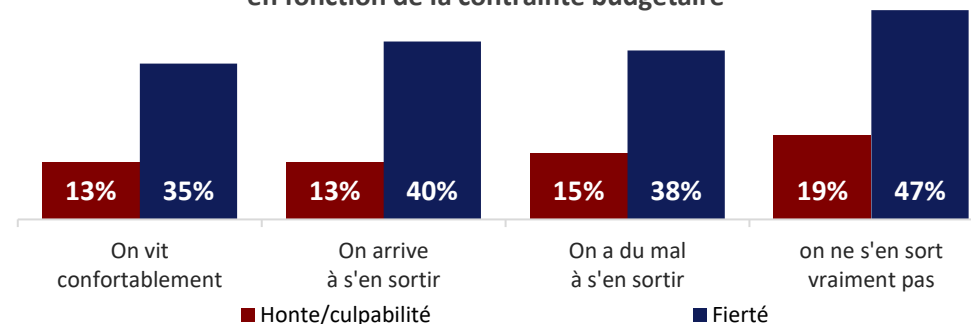
Et vous arrive-t-il parfois de ressentir un sentiment de fierté ou de honte quant au fait de... ?

Q136 - Base : consomme de la viande, n=3879 | « Honte/ culpabilité » = note de 1 à 3 et « fierté » = note de 5 à 7 (sur une échelle de 1 à 7)

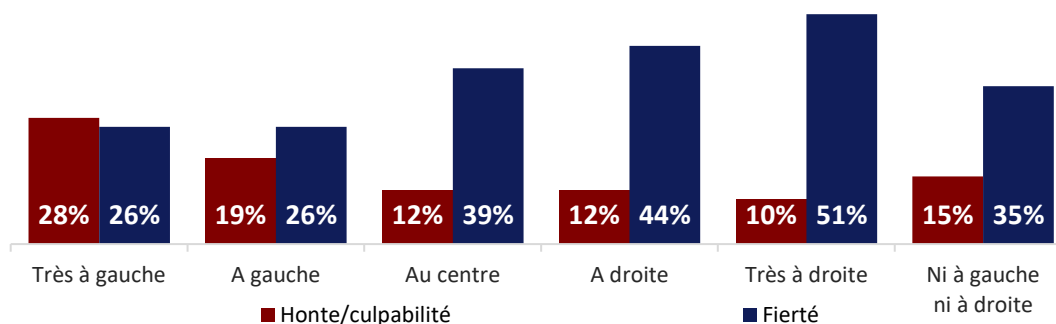
Sentiment vis-à-vis du comportement « **consommer de la viande** »
en fonction de l'âge



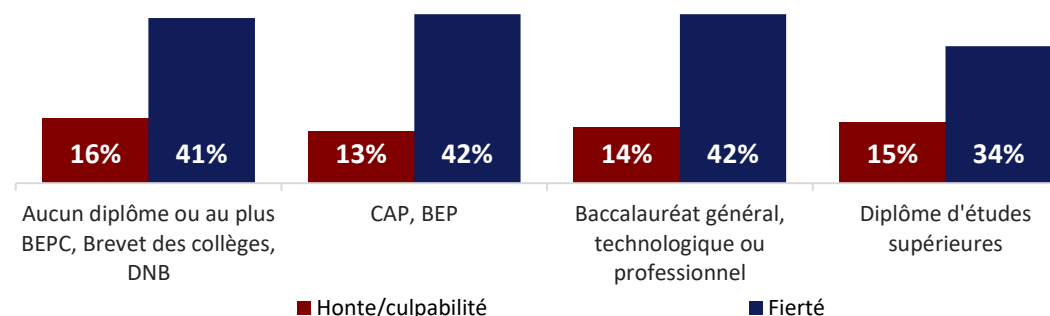
Sentiment vis-à-vis du comportement « **consommer de la viande** »
en fonction de la contrainte budgétaire



Sentiment vis-à-vis du comportement « **consommer de la viande** »
en fonction de la sensibilité politique



Sentiment vis-à-vis du comportement « **consommer de la viande** »
en fonction du niveau de diplôme

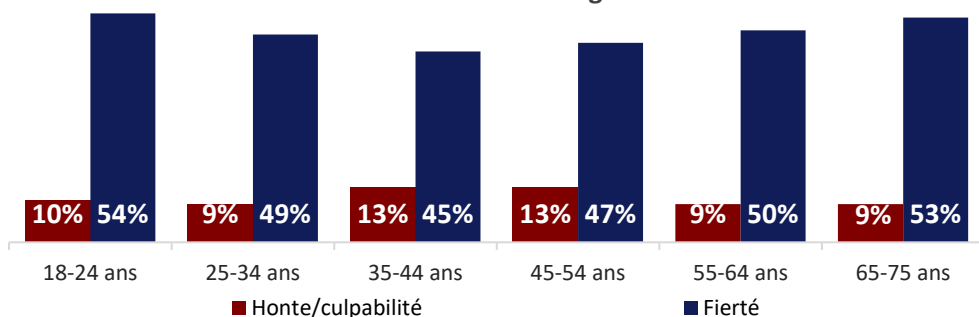


La fierté de ne pas prendre l'avion est plus forte parmi les individus au niveau de vie confortable et à gauche du spectre politique

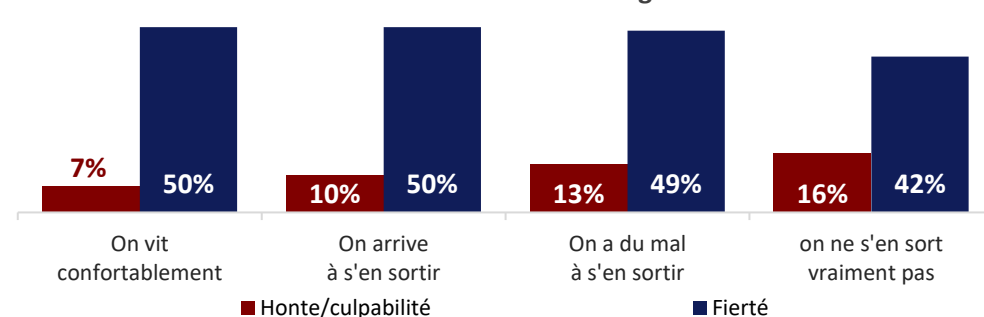
Et vous arrive-t-il parfois de ressentir un sentiment de fierté ou de honte quant au fait de... ?

Q136 - Base : n'a pas pris l'avion au cours de l'année, n=2198 | « Honte/culpabilité » = note de 1 à 3 et « fierté » = note de 5 à 7 (sur une échelle de 1 à 7)

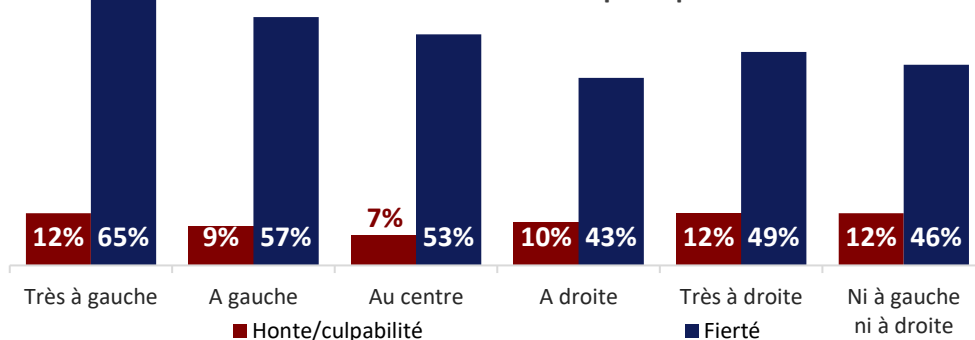
Sentiment vis-à-vis du comportement « ne pas partir en vacances en avion » en fonction de l'âge



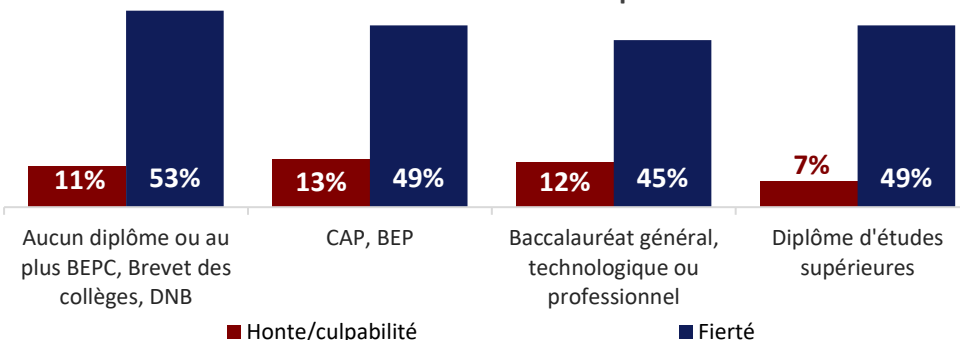
Sentiment vis-à-vis du comportement « ne pas partir en vacances en avion » en fonction de la contrainte budgétaire



Sentiment vis-à-vis du comportement « ne pas partir en vacances en avion » en fonction de la sensibilité politique



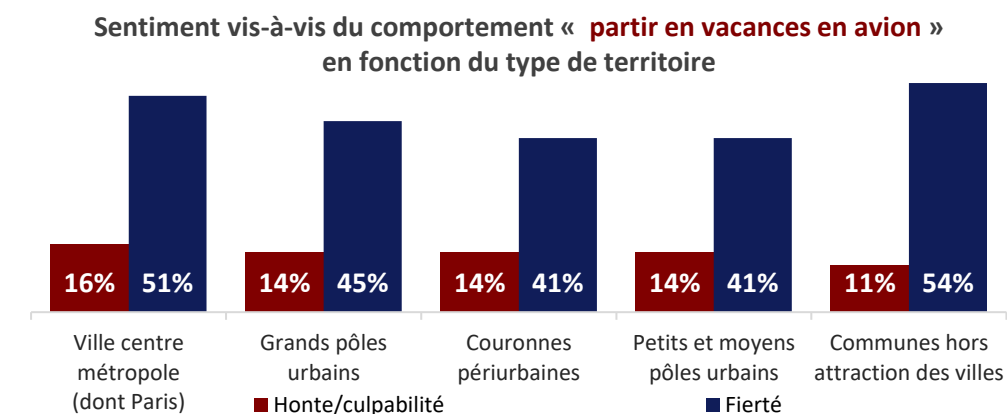
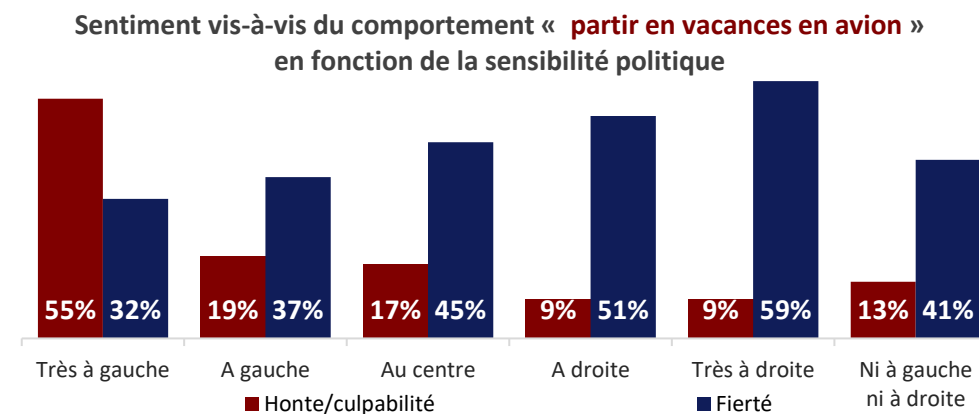
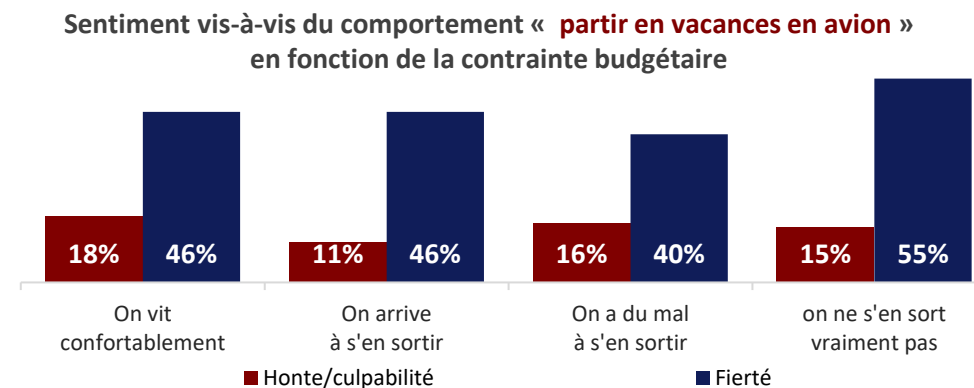
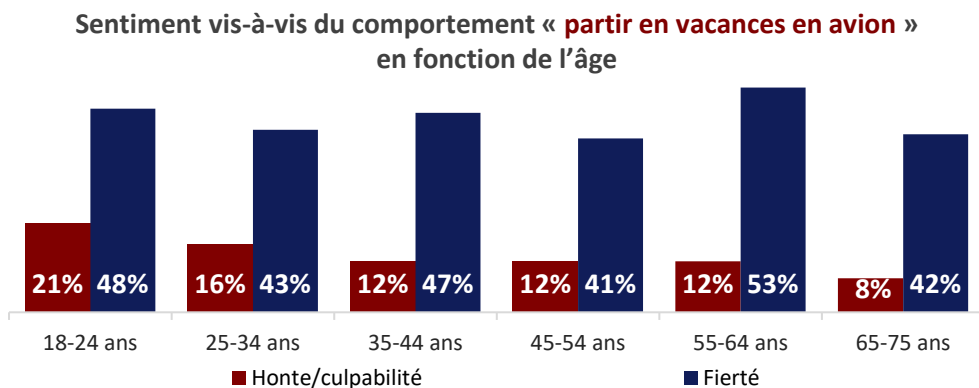
Sentiment vis-à-vis du comportement « ne pas partir en vacances en avion » en fonction du niveau de diplôme



À l'inverse, la fierté de prendre l'avion se retrouve davantage au sein des profils plus âgés, contraints financièrement et à droite de l'échiquier politique

Et vous arrive-t-il parfois de ressentir un sentiment de fierté ou de honte quant au fait de... ?

Q136 - Base : n'a pas pris l'avion au cours de l'année, n=2198 | « Honte/culpabilité » = note de 1 à 3 et « fierté » = note de 5 à 7 (sur une échelle de 1 à 7)



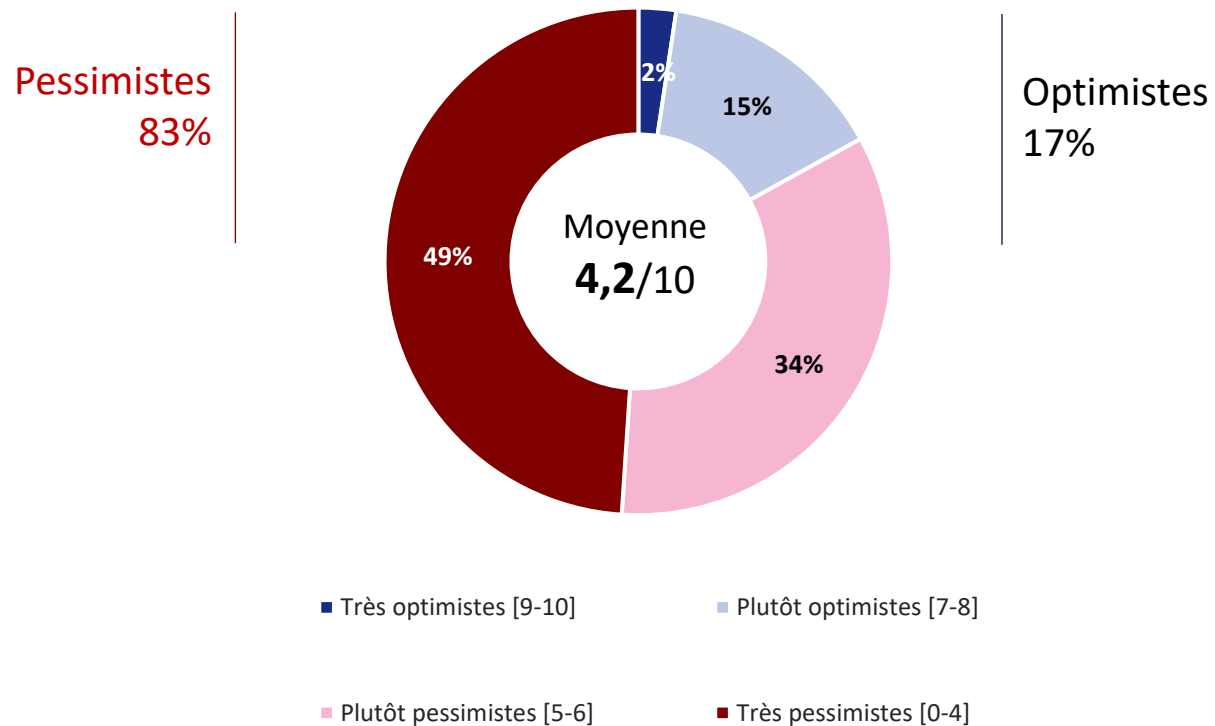
La définition du « Bien-vivre »



Satisfaction à l'égard des perspectives d'avenir

Quand vous pensez au monde dans lequel vous allez vivre dans les années à venir, êtes-vous satisfait(e) de ces perspectives ?

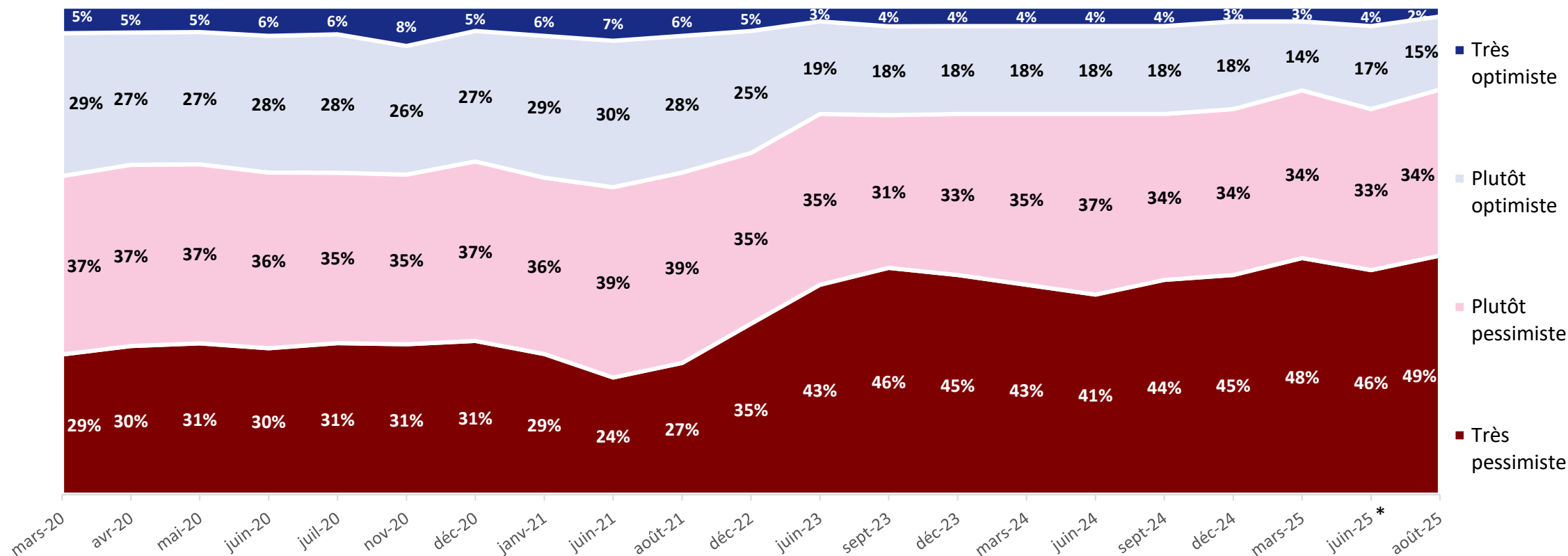
Q160 – Base totale, n=4000 – Note sur 10



Une période particulièrement marquée par le pessimisme

Quand vous pensez au monde dans lequel vous allez vivre dans les années à venir, êtes-vous satisfait(e) de ces perspectives ?

Q160 – Base totale, n=4000 – Note sur 10 recodée en tranches

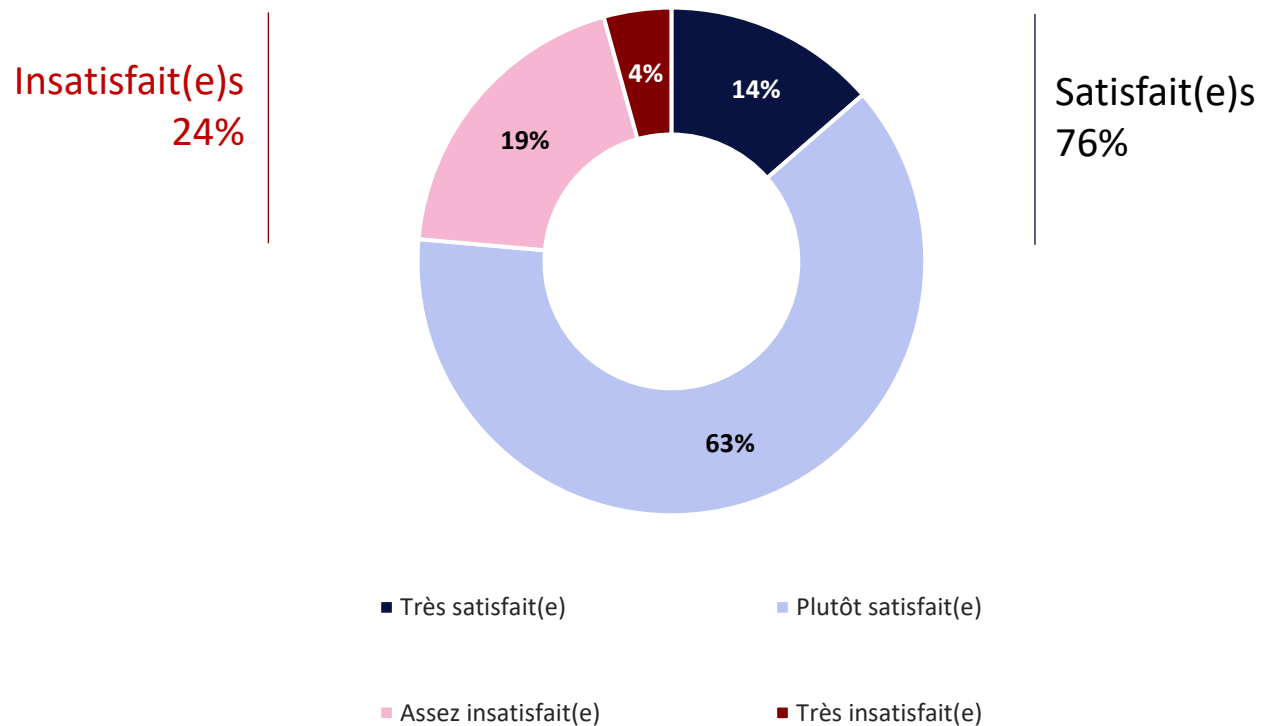


* Source L'ObSoCo : enquêtes diverses entre mars 2020 et juin 2025 (représentatives de la population nationale hexagonale âgée entre 18 et 65 ans).

Satisfaction à l'égard de la vie menée

Dans quelle mesure êtes-vous globalement satisfait(e) de la vie que vous menez ?

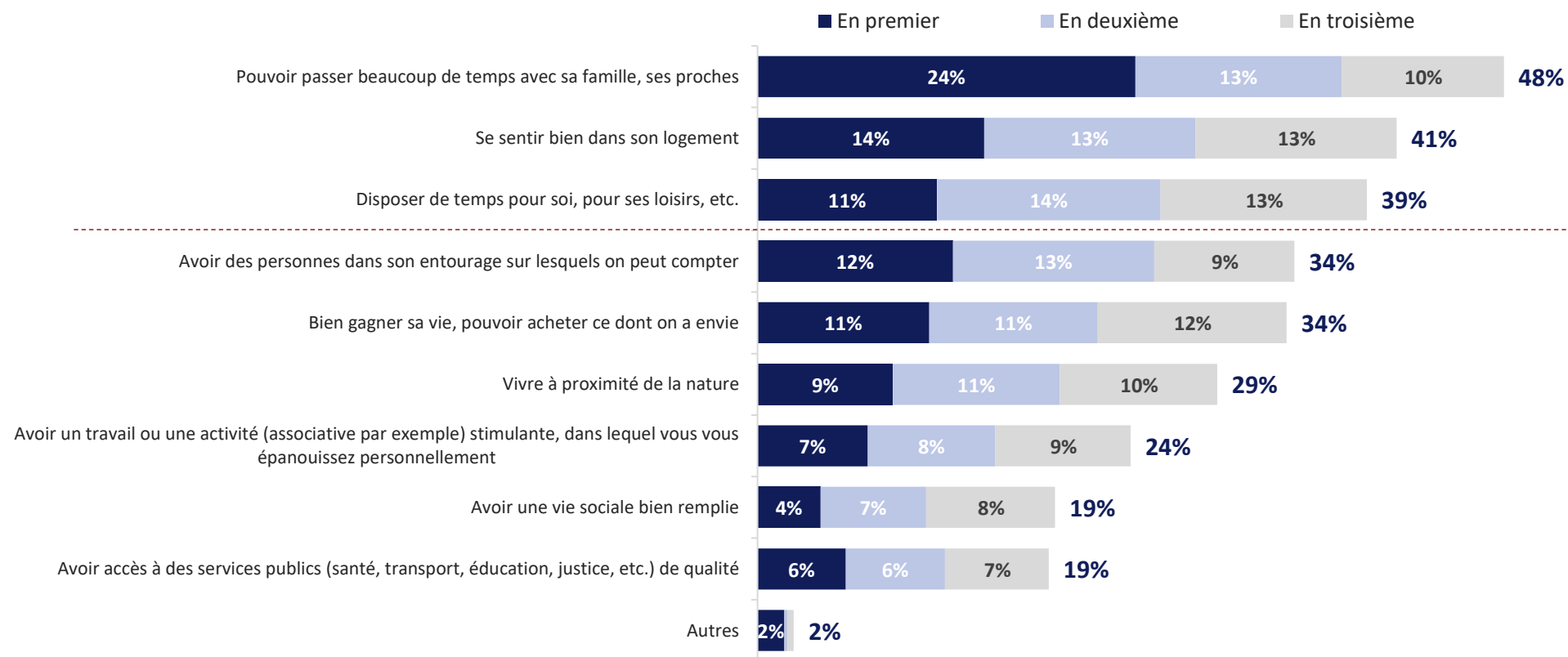
Q120 – Base totale, n=4000



Évaluation des déterminants les plus importants pour sa qualité de vie

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous semblent les plus importants pour avoir le sentiment de bien vivre au quotidien ?

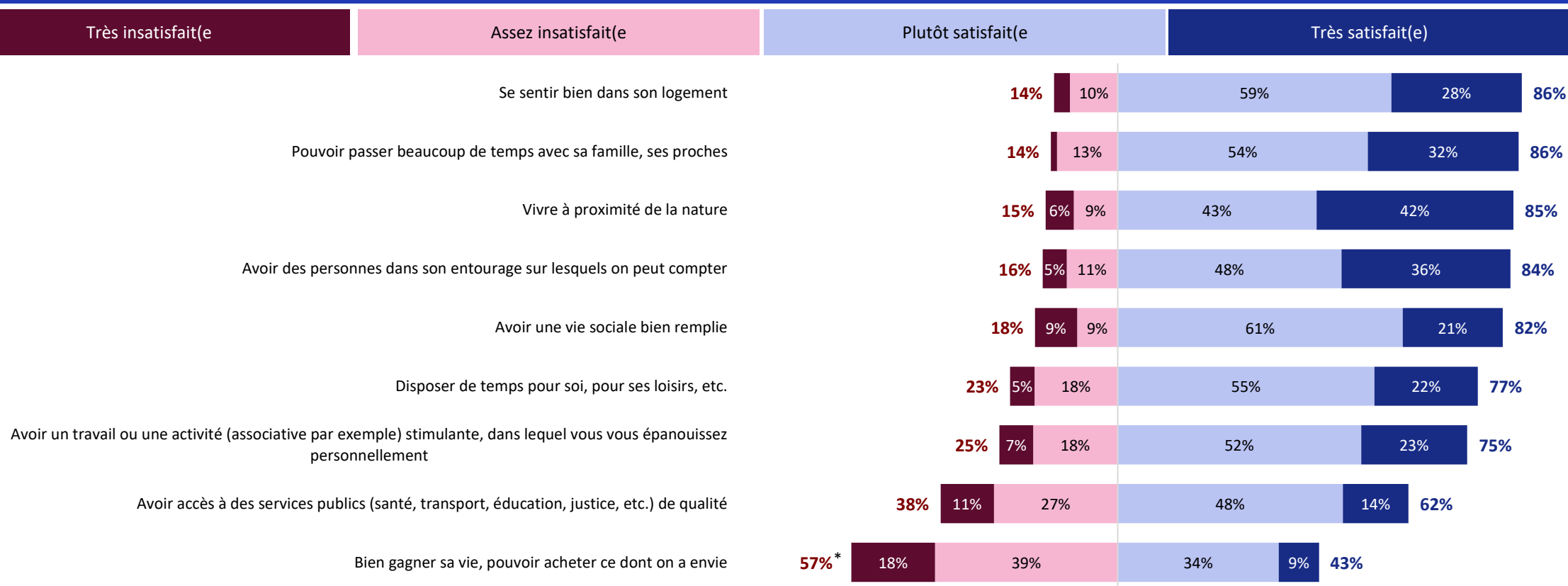
Q121 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000



Évaluation de sa qualité de vie actuelle selon les déterminants jugés les plus importants

Et quel est votre niveau de satisfaction, dans votre vie actuelle, quant au fait de [INSERTION : Item sélectionné « En premier » en Q121] ?

Q122 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000



Guide de lecture : *57% des individus pour qui le facteur « bien gagner sa vie, pouvoir acheter ce dont on a envie » est le plus important pour « bien vivre » sont insatisfaits de cet aspect de leur vie actuellement.

Un attachement encore marqué aux produits de consommation caractéristiques du développement de la modernité et de la consommation de masse

Dans votre vie actuelle, les éléments suivants vous sont-ils plutôt nécessaires (vous ne pourriez pas vous en passer) ou plutôt superflus (vous pourriez vivre sans et tout de même considérer « bien vivre ») ?

Q123 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000

	Nécessaire	Superflu			
			Pouvoir partir en vacances ou en week-end en train en France et dans les pays proches	54% <i>N</i>	46%
Posséder son propre lave-linge	89% =	11%	Pouvoir accéder à une connexion mobile 5G en dehors de chez vous	40% <i>N</i>	60%
Disposer d'un smartphone	85% + 4pts	15%	Manger de la viande tous les jours ou presque	33% + 3pts	67%
Posséder une voiture	84% =	16%	Être en t-shirt toute l'année dans son logement	30% + 2pts	70%
Posséder une télévision	79% - 3pts	21%	Pouvoir louer ou emprunter une voiture quand vous en avez besoin	30% =	70%
Avoir un pouvoir d'achat qui permette de s'acheter ce dont on a envie	78% + 3pts	22%	Partir en vacances ou en week-end en avion	28% <i>N</i>	72%
Vivre dans un logement de plus de 25 m ² par personne	77% + 5pts	23%	Posséder une voiture de grande taille	22% =	78%
Avoir un jardin	73% + 1pt	27%	Pouvoir se faire livrer ses achats sur Internet en moins de 24 heures	17% =	83%
Vivre dans une maison individuelle	71% + 1pt	29%	Acheter de nouveaux vêtements à chaque changement de saison	16% + 3pts	84%
Avoir accès à des transports en commun à moins de 10 minutes à pied	63% - 3pts	37%	Avoir accès à une intelligence artificielle pour générer des textes ou des images ou avec qui on peut converser	15% <i>N</i>	85%
Manger les fruits et légumes dont on a envie, quelle que soit la saison	55% + 4pts	45%	Changer de smartphone tous les 2 ans	12% <i>N</i>	88%

Un effet générationnel à l'œuvre dans l'attachement aux différentes pratiques de consommation

Dans votre vie actuelle, les éléments suivants vous sont-ils plutôt nécessaires (vous ne pourriez pas vous en passer) ou plutôt superflus (vous pourriez vivre sans et tout de même considérer « bien vivre ») ?

Q123 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000

Les 10 éléments « nécessaires » au « bien vivre »	% nécessaire en fonction de l'âge						Ensemble
	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-75 ans	
Posséder son propre lave-linge	81%	88%	88%	91%	91%	92%	89%
Disposer d'un smartphone	89%	91%	87%	84%	81%	78%	85%
Posséder une voiture	79%	81%	86%	85%	84%	86%	84%
Posséder une télévision	65%	71%	80%	82%	84%	90%	79%
Avoir un pouvoir d'achat qui permette de s'acheter ce dont on a envie	83%	80%	81%	79%	75%	73%	78%
Vivre dans un logement de plus de 25 m ² par personne	71%	82%	74%	77%	72%	82%	77%
Avoir un jardin	62%	73%	76%	74%	73%	75%	73%
Vivre dans une maison individuelle	62%	69%	71%	76%	74%	72%	71%
Avoir accès à des transports en commun à moins de 10 minutes à pied	77%	62%	62%	61%	59%	65%	63%
Manger les fruits et légumes dont on a envie, quelle que soit la saison	61%	60%	61%	52%	55%	46%	55%

Des clivages territoriaux dans la conception du « bien vivre »

Dans votre vie actuelle, les éléments suivants vous sont-ils plutôt nécessaires (vous ne pourriez pas vous en passer) ou plutôt superflus (vous pourriez vivre sans et tout de même considérer « bien vivre ») ?

Q123 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000

Les 10 éléments « nécessaires » au « bien vivre »	% nécessaire en fonction du type de territoire					Ensemble
	Ville centre métropole (dont Paris)	Grands pôles urbains	Couronnes périurbaines	Petits et moyens pôles urbains	Hors attraction des villes	
Posséder son propre lave-linge	86%	89%	89%	90%	90%	89%
Disposer d'un smartphone	87%	87%	85%	84%	80%	85%
Posséder une voiture	63%	80%	89%	87%	90%	84%
Posséder une télévision	66%	78%	82%	88%	82%	79%
Avoir un pouvoir d'achat qui permette de s'acheter ce dont on a envie	80%	80%	77%	76%	79%	78%
Vivre dans un logement de plus de 25 m ² par personne	76%	78%	78%	75%	76%	77%
Avoir un jardin	52%	61%	82%	76%	85%	73%
Vivre dans une maison individuelle	50%	62%	78%	70%	84%	71%
Avoir accès à des transports en commun à moins de 10 minutes à pied	83%	79%	57%	59%	48%	63%
Manger les fruits et légumes dont on a envie, quelle que soit la saison	59%	58%	53%	52%	51%	55%

Un niveau d'exigence de ce qui est nécessaire pour bien vivre plus élevé parmi les catégories les plus aisées financièrement

Dans votre vie actuelle, les éléments suivants vous sont-ils plutôt nécessaires (vous ne pourriez pas vous en passer) ou plutôt superflus (vous pourriez vivre sans et tout de même considérer « bien vivre ») ?

Q123 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000

Les 10 éléments « nécessaires » au « bien vivre »	% nécessaire en fonction du niveau de vie du ménage (revenus mensuels nets par unité de consommation)					Ensemble
	Moins de 1000€ / UC	Entre 1000€ et 1500€ / UC	Entre 1500€ et 2000€ / UC	Entre 2000€ et 2500€ / UC	Plus de 2500€ / UC	
Posséder son propre lave-linge	84%	90%	91%	90%	91%	89%
Disposer d'un smartphone	82%	81%	87%	88%	87%	85%
Posséder une voiture	77%	83%	87%	89%	86%	84%
Posséder une télévision	77%	80%	81%	81%	79%	79%
Avoir un pouvoir d'achat qui permette de s'acheter ce dont on a envie	75%	75%	81%	79%	86%	78%
Vivre dans un logement de plus de 25 m ² par personne	70%	74%	80%	81%	83%	77%
Avoir un jardin	67%	75%	72%	76%	76%	73%
Vivre dans une maison individuelle	70%	74%	70%	68%	71%	71%
Avoir accès à des transports en commun à moins de 10 minutes à pied	67%	62%	61%	60%	66%	63%
Manger les fruits et légumes dont on a envie, quelle que soit la saison	61%	57%	52%	52%	48%	55%

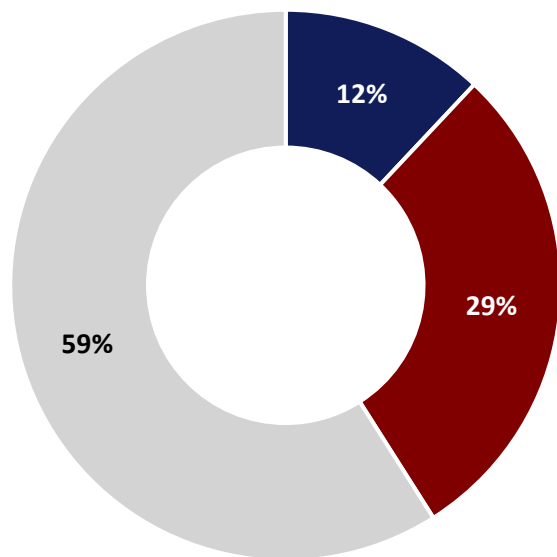
Arbitrages niveau de vie



La recherche de pouvoir d'achat excède celle de temps libre dans les arbitrages des Français

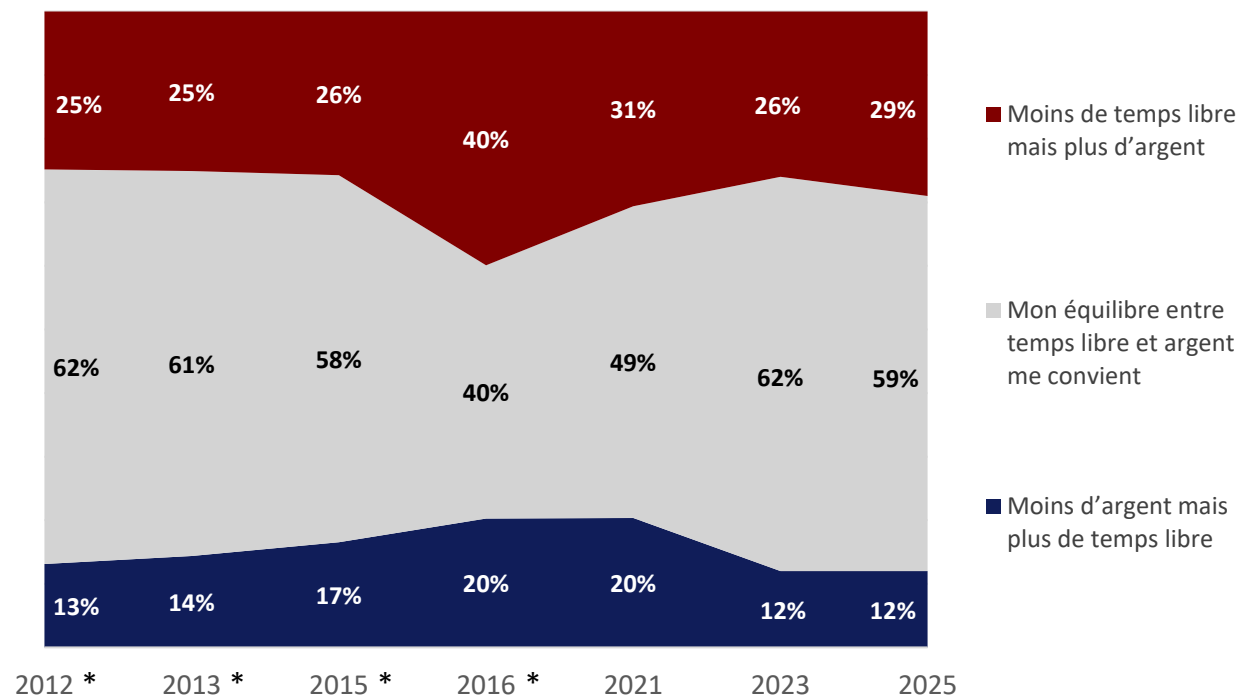
Vous-même, si vous aviez le choix entre plus d'argent ou plus de temps libre, vous choisiriez... ?

Q124 - Base : sous-échantillon 1, n = 2000



- Moins d'argent mais plus de temps libre
- Moins de temps libre mais plus d'argent
- Votre équilibre entre temps libre et argent vous convient

Evolution de l'équilibre temps/argent

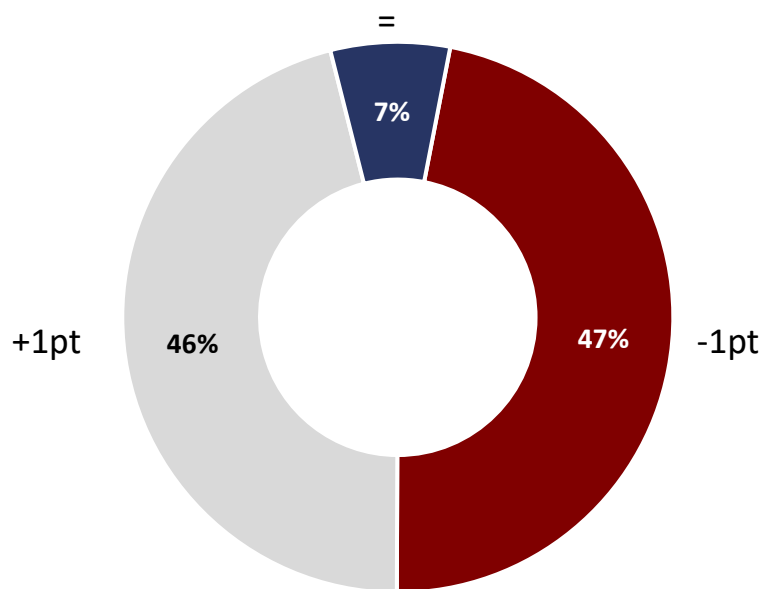


* 2012 : Observatoire des consommations émergentes, vague 1 | 2013 : Observatoire des consommations émergentes, vague 2 | 2015 : Observatoire des consommations émergentes, vague 3 | 2016 : Observatoire de la qualité alimentaire, vague 1 | 2021 : Observatoire éthique et qualité, vague 3 | 2023 : Baromètre ADEME sobriété, vague 1.

Seuls 7% des Français considèrent qu'ils pourraient réduire un peu leur pouvoir d'achat sans que ça ne nuise à leur qualité de vie, une proportion qui n'augmente pas malgré la hausse du niveau de vie

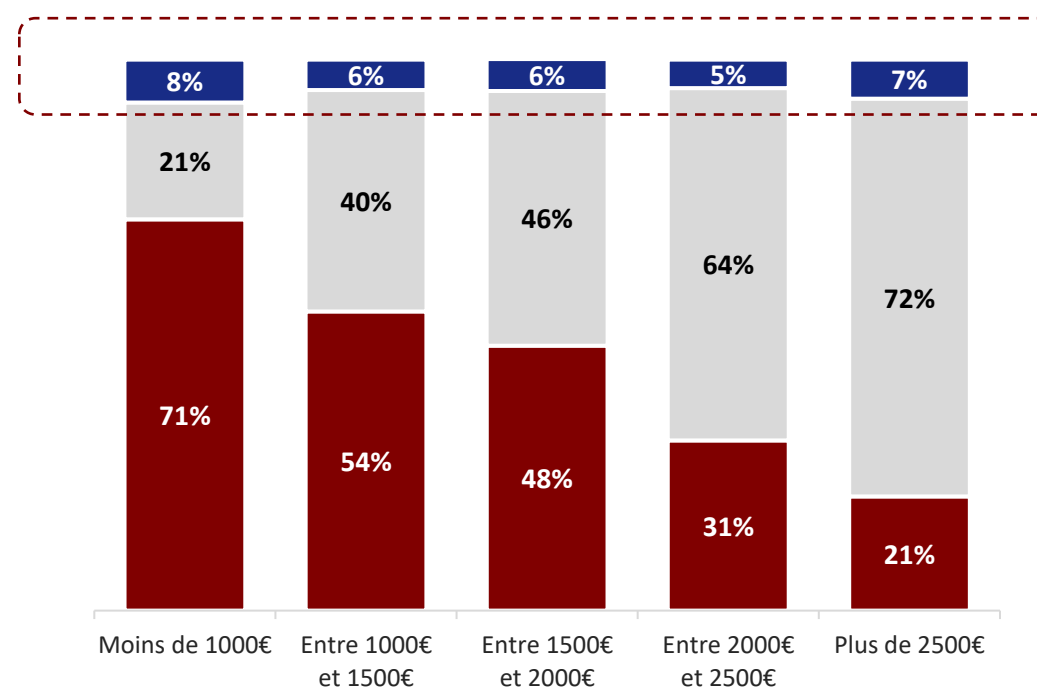
Concernant votre propre situation, diriez-vous que... ?

Q125 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000



- Votre pouvoir d'achat est trop faible pour avoir une qualité de vie satisfaisante
- Votre pouvoir d'achat est à un niveau qui vous convient bien
- Vous pourriez réduire un peu votre pouvoir d'achat sans que cela nuise à votre qualité de vie

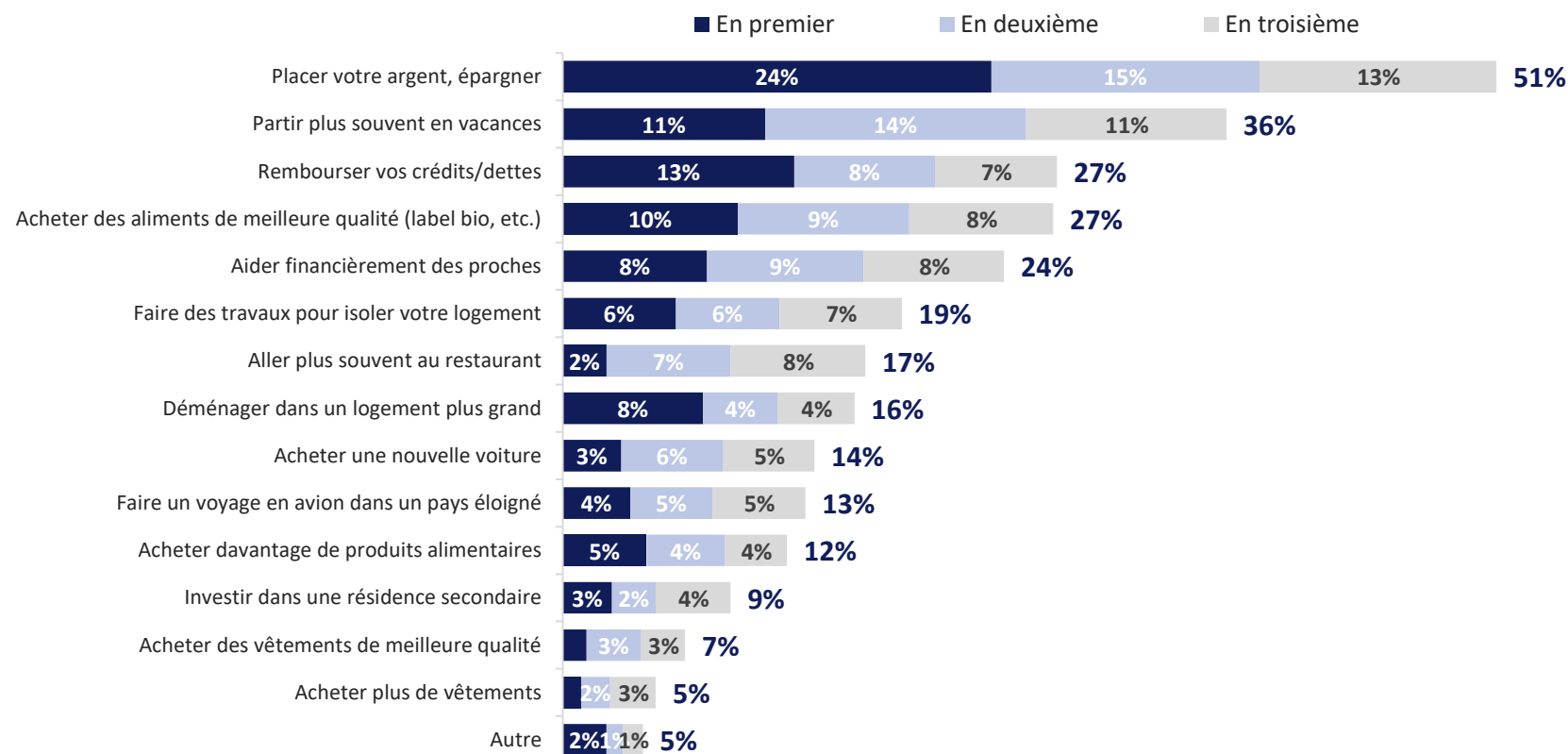
Selon le niveau de vie
(mensuels nets des ménages par unité de consommation)



L'épargne, l'option numéro 1 en cas de hausse de revenu

Si demain, le revenu mensuel de votre foyer devait augmenter de manière permanente d'environ 20%, que feriez-vous de ce surcroît de revenu ?

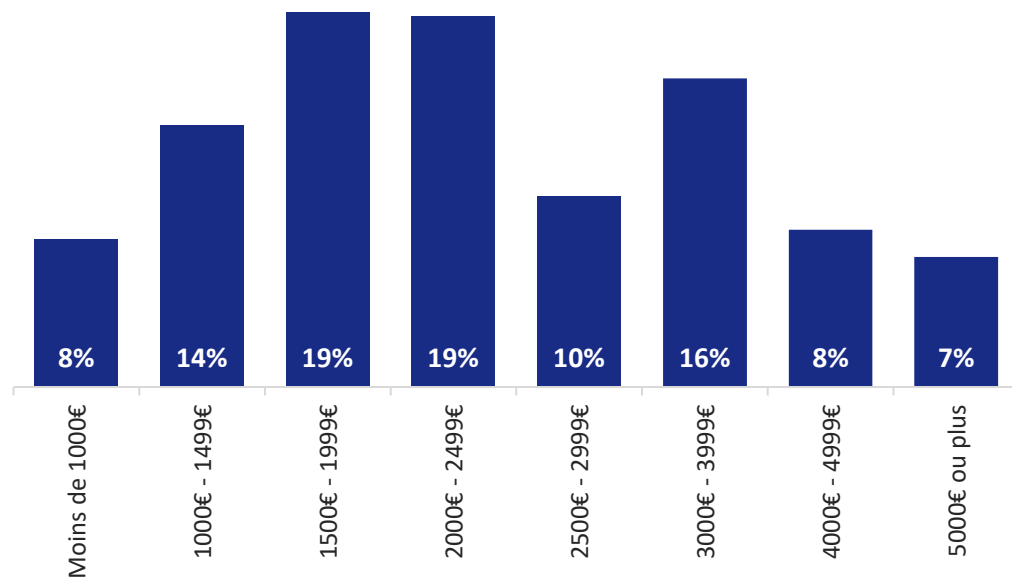
Q126 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000



Une appréciation du revenu minimum pour bien vivre corrélée au niveau des revenus actuels

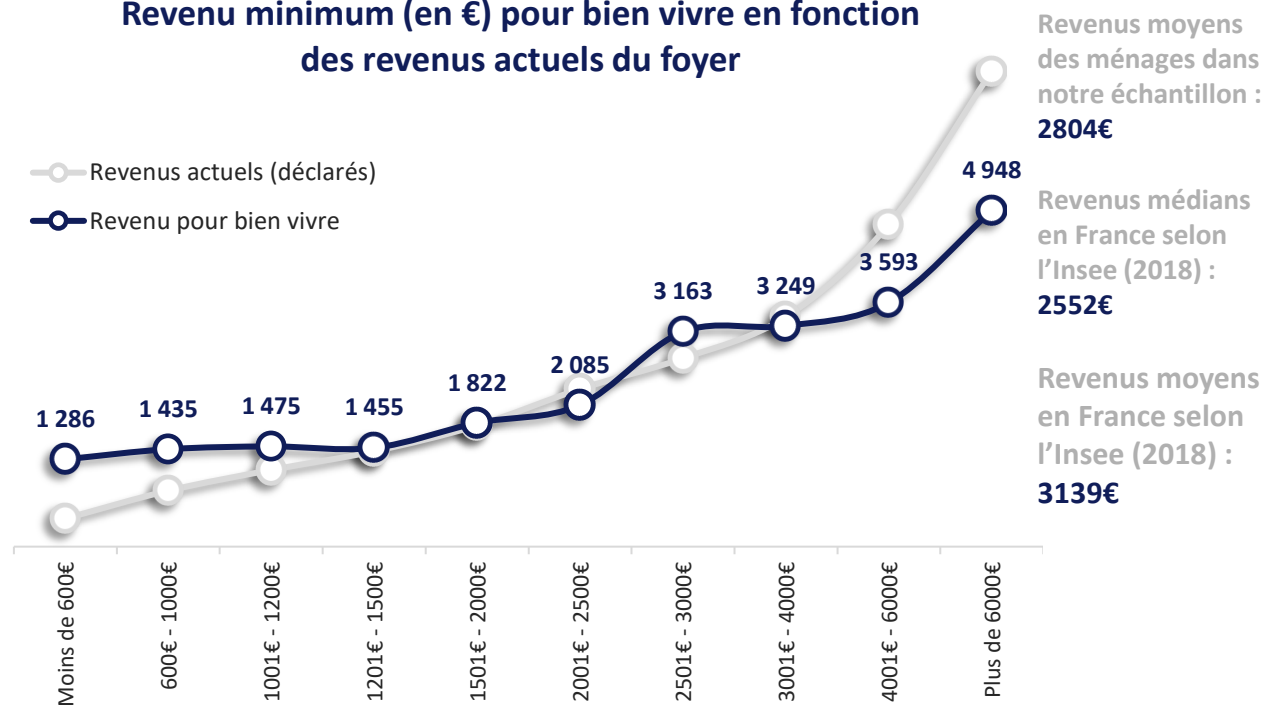
Selon vous, quel est le revenu net mensuel (après impôt sur le revenu) à l'échelle de votre foyer en dessous duquel vous ne pourriez pas personnellement « bien vivre » ?

Q127 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000



Revenu net mensuel moyen du foyer en dessous duquel les Français considèrent qu'ils ne pourraient pas « bien vivre » : **2359€**

Revenu minimum (en €) pour bien vivre en fonction des revenus actuels du foyer

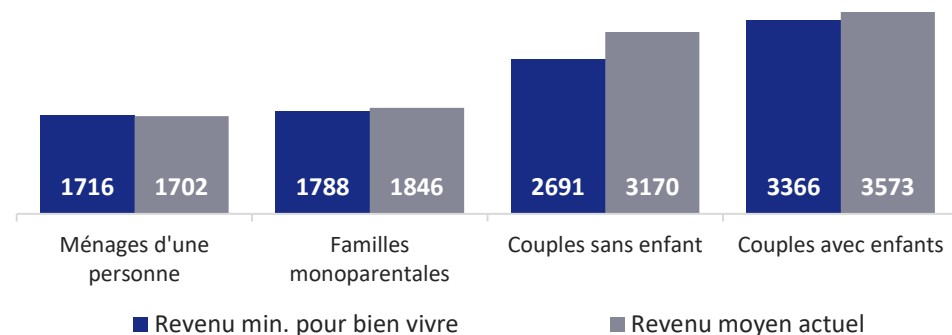


Une appréciation du revenu minimum pour bien vivre qui varie selon les caractéristiques sociodémographiques des individus

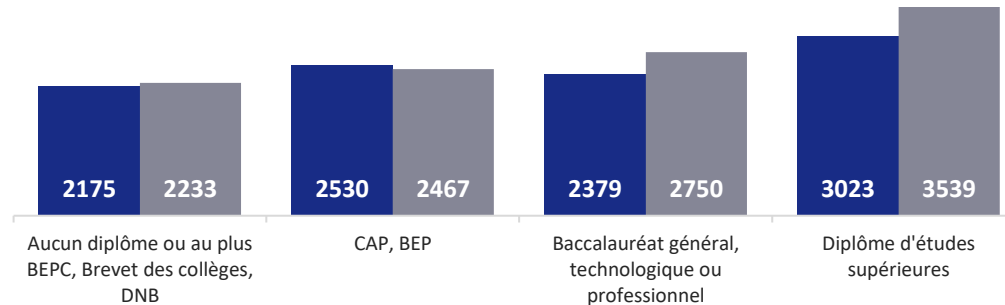
Selon vous, quel est le revenu net mensuel (après impôt sur le revenu) à l'échelle de votre foyer en dessous duquel vous ne pourriez pas personnellement « bien vivre » ?

Q127 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000

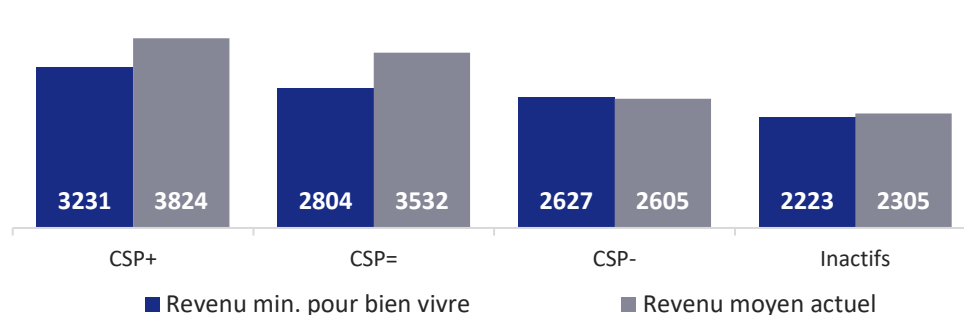
Revenu minimum (en €) pour bien vivre selon la composition du foyer



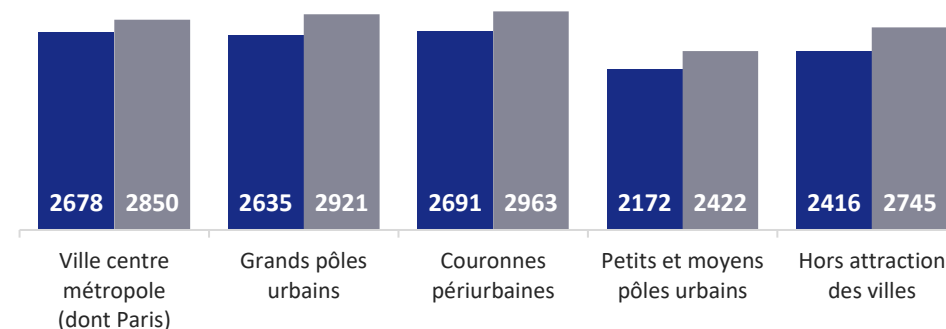
Revenu minimum (en €) pour bien vivre selon le niveau de diplôme



Revenu minimum (en €) pour bien vivre selon la CSP



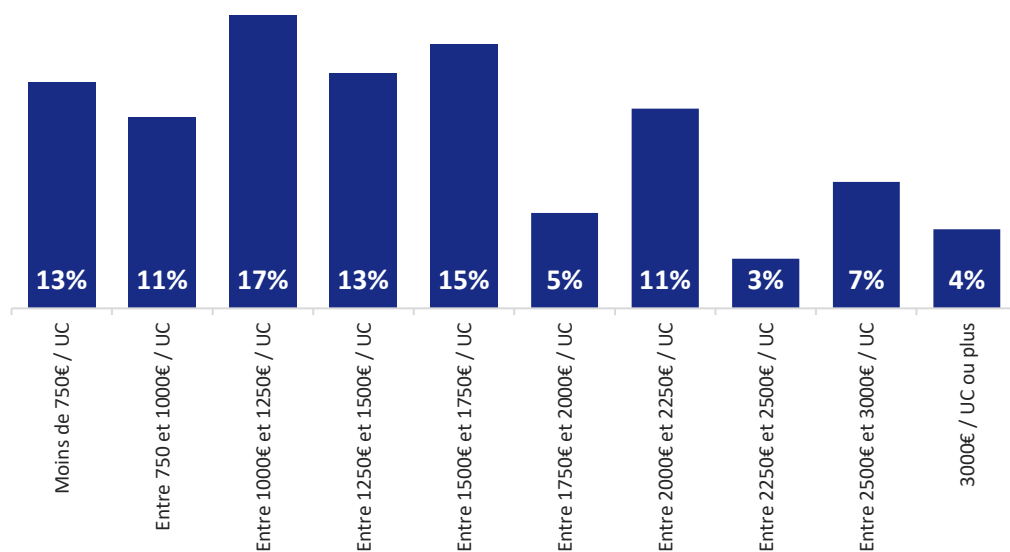
Revenu minimum (en €) pour bien vivre selon le type de territoire



Une appréciation du revenu minimum pour bien vivre corrélée au niveau des revenus actuels (par unité de consommation)

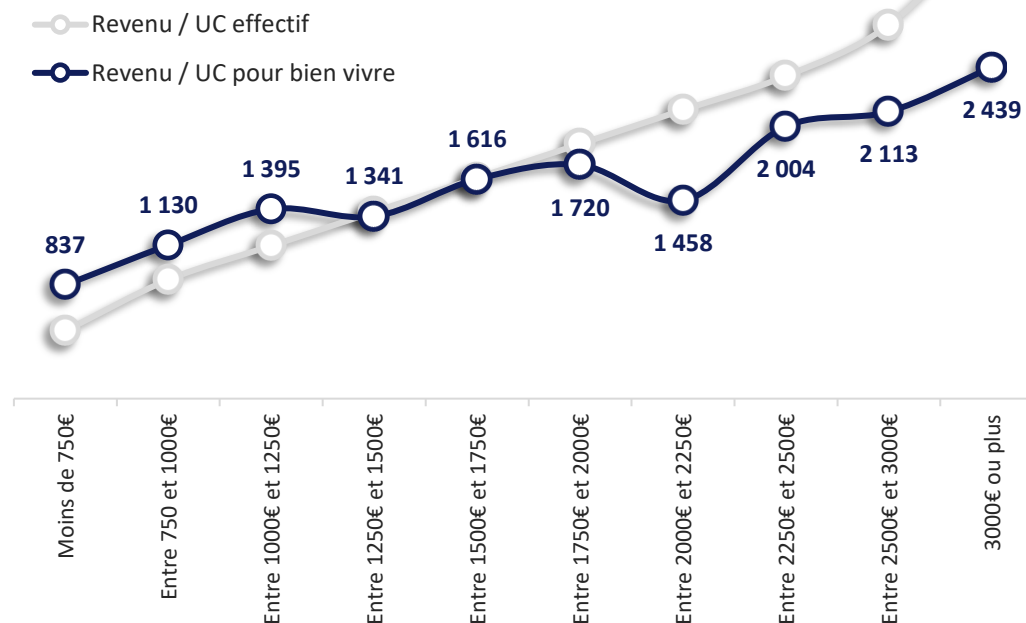
Calcul du revenu minimum nécessaire pour « bien vivre » par unité de consommation (UC)*

Mesuré à partir de Q127 - Base : sous-échantillon 1, n= 2000



Revenu net mensuel moyen par unité de consommation en dessous duquel les Français considèrent qu'ils ne pourraient pas « bien vivre » : **1588€**

Revenu minimum (en €) pour bien vivre / UC en fonction des revenus effectifs / UC



* Pour comparer les niveaux de vie de ménages de taille ou de composition différente, on divise le revenu par le nombre d'unités de consommation (UC). Les UC sont calculées de la façon suivante : 1 UC pour le premier adulte du ménage; 0,5 UC pour les autres personnes de 14 ans ou plus; 0,3 UC pour les enfants de moins de 14 ans.

La notion de sobriété



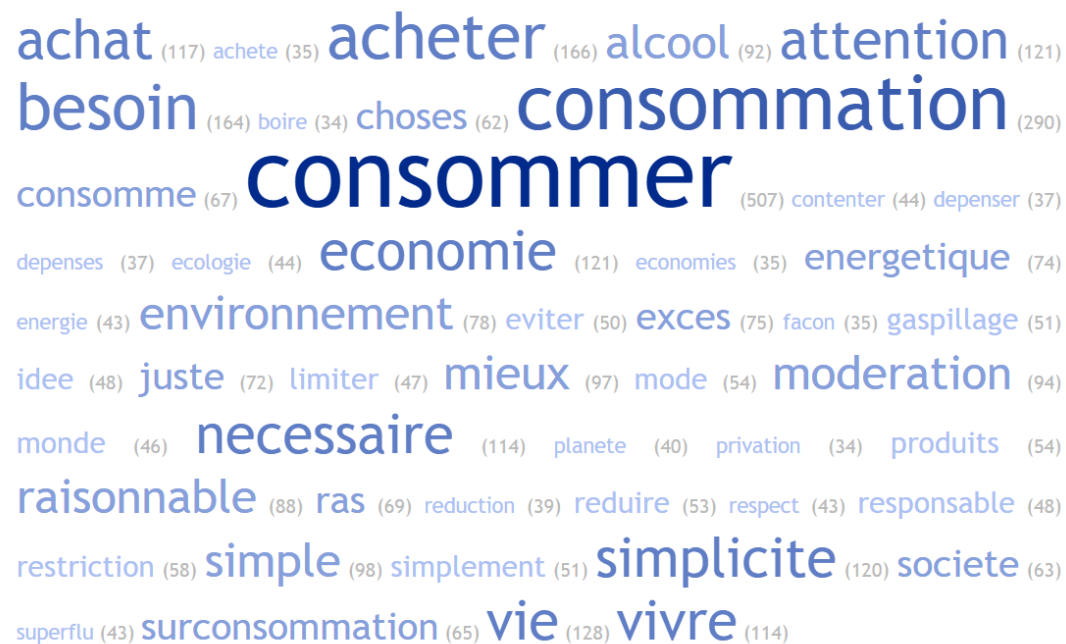
La notion de sobriété – À retenir

- La sobriété est d'abord associée à la consommation, à la simplicité et aux modes de vie.
- La notion est perçue comme positive par 43 % des Français, surtout parmi les catégories aisées et les urbains. 13 % des Français en ont, à l'inverse, une vision négative, une proportion qui augmente à mesure que la contrainte budgétaire s'intensifie. Dans ce cas, la sobriété est rattachée à des notions comme la « privation », « restriction »...
- 82 % des Français estiment avoir déjà un mode de vie sobre, un chiffre stable depuis 2023. Toutefois, 70% se disent « plutôt sobres » et seulement 12% « tout à fait sobres ».
- Un tiers (33 %) des Français déclare avoir volontairement fait évoluer son mode de vie vers plus de sobriété, tandis que les plus âgés estiment souvent avoir "toujours vécu ainsi" (38% d'entre eux vs 27% en moyenne). Ce sont parmi les catégories aisées que l'on retrouve le plus de personnes déclarant avoir fait évoluer leur mode de vie vers plus de sobriété.
- Des décalages existent entre perception et comportements : les individus qui s'estiment « tout à fait sobres » n'ont pas de comportements radicalement différents de leurs concitoyens. Ils sont même moins nombreux proportionnellement à privilégier la seconde main, et un peu plus nombreux à consommer de la viande quotidiennement ou encore à posséder une climatisation.
- 42 % des Français estiment que leur mode de vie a un fort impact environnemental.

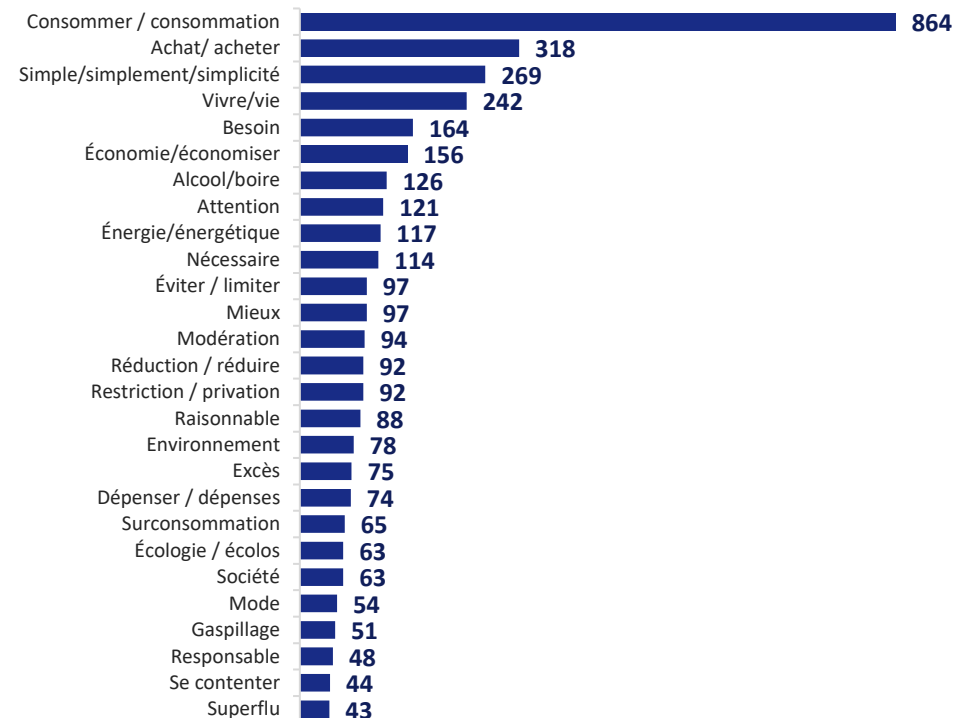
La sobriété : C'est avant tout un concept rattaché à la consommation, à la simplicité et aux modes de vie

Par rapport à la manière dont est organisée la société, nos modes de vie et nos pratiques de consommation, on entend de plus en plus souvent le terme de « sobriété ». Quels sont les mots et expressions qui vous viennent à l'esprit à l'évocation de ce terme ?

Q137 - Base totale, n = 4000 – Question ouverte



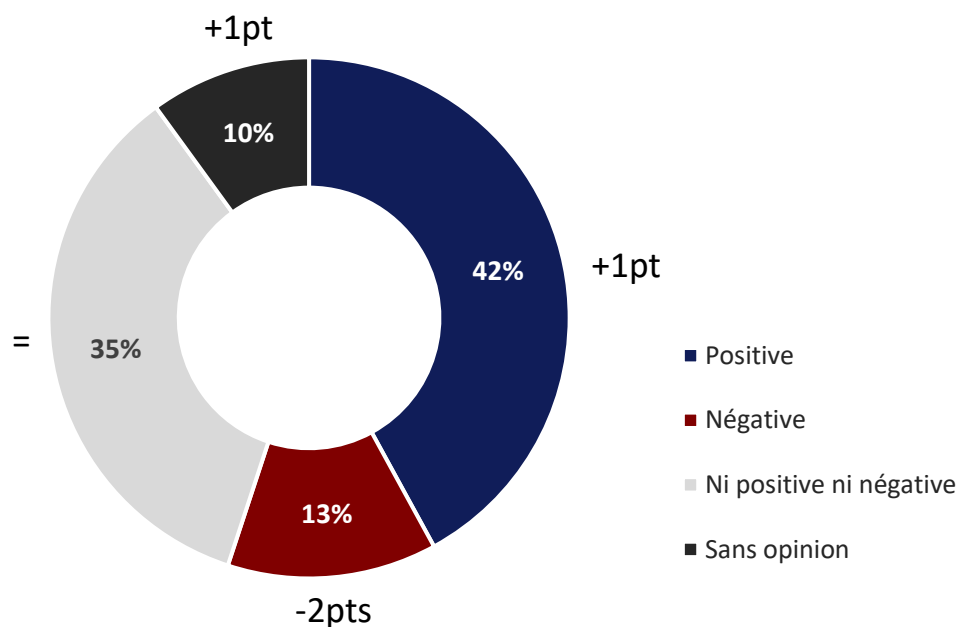
Occurrence des termes les plus employés (en effectif)



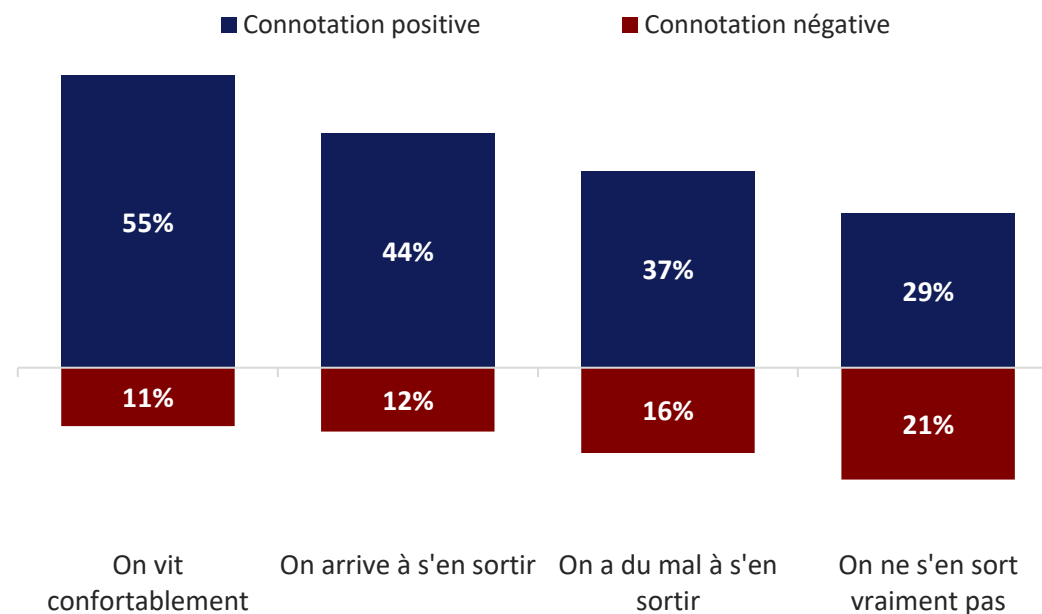
La connotation associée à la notion de sobriété corrélée au sentiment de contrainte budgétaire

La notion de « sobriété » est-elle pour vous plutôt positive ou plutôt négative ?

Q138 - Base totale, n = 4000



Perception de la notion de sobriété en fonction de la contrainte budgétaire



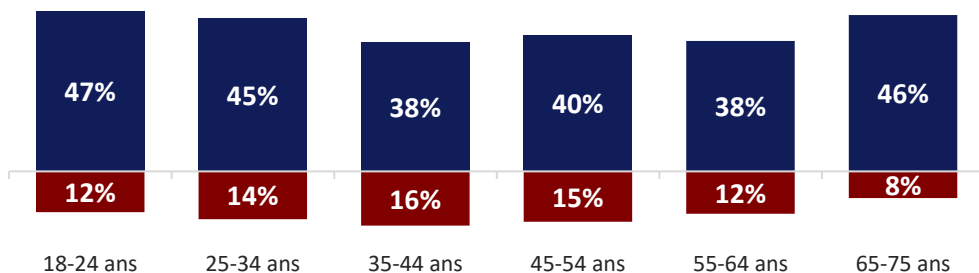
La sobriété : une notion plus positive parmi les classes aisées et en ville (Paris particulièrement)

La notion de « sobriété » est-elle pour vous plutôt positive ou plutôt négative ?

Q138 - Base totale, n = 4000

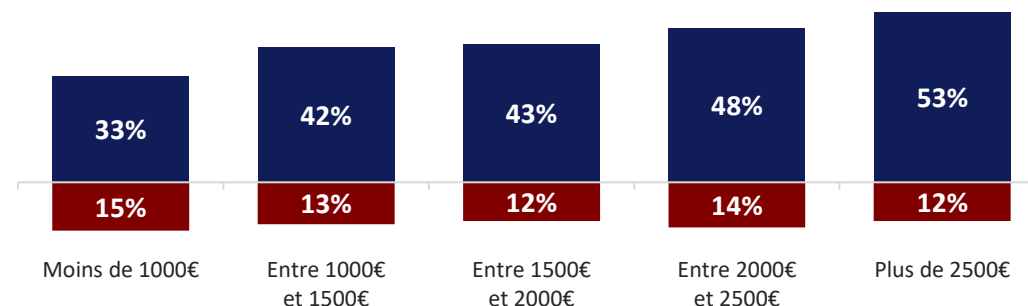
Perception de la notion de sobriété en fonction de l'âge

■ Connotation positive ■ Connotation négative



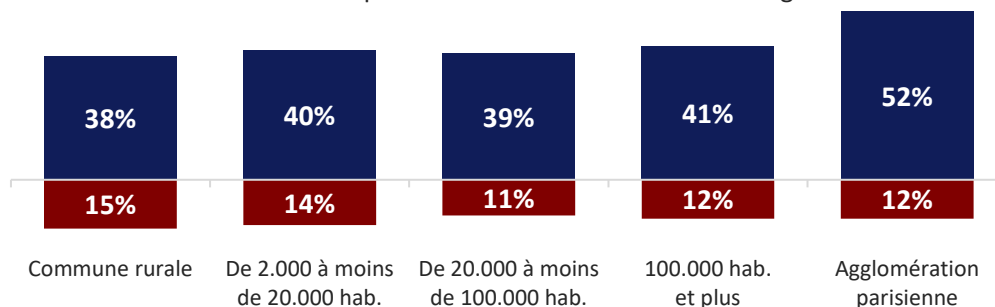
Perception de la notion de sobriété en fonction du niveau de vie du foyer

■ Connotation positive ■ Connotation négative



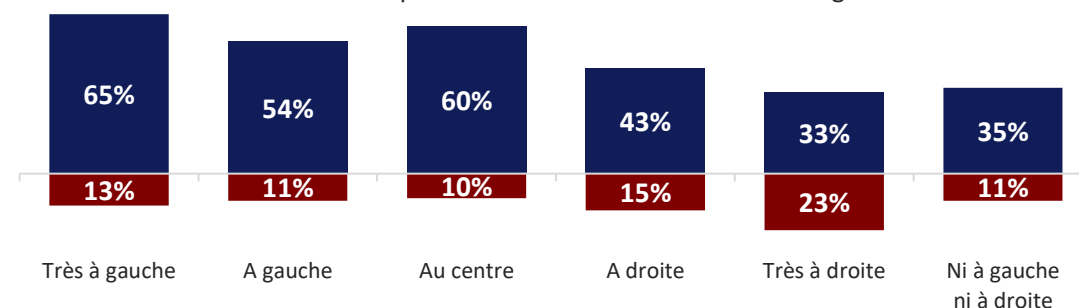
Perception de la notion de sobriété en fonction de la taille d'agglomération

■ Connotation positive ■ Connotation négative



Perception de la notion de sobriété en fonction de la sensibilité politique

■ Connotation positive ■ Connotation négative



Les champs sémantiques de la sobriété

Par rapport à la manière dont est organisée la société, nos modes de vie et nos pratiques de consommation, on entend de plus en plus souvent le terme de « sobriété ». Quels sont les mots et expressions qui vous viennent à l'esprit à l'évocation de ce terme ?

Q137 - Base totale, n = 4000 – Réponses libres regroupées -

Nuage de mots des termes employés par ceux qui ont une vision positive de la sobriété

achats (39) achete (23) acheter (104) alcool (50) attention (65)
 besoin (80) besoins (28) choses (30) consommation (158)
 consomme (27) consommer (317) contenter (28) durabilité (22)
 ecologie (27) économie (66) économies (21) énergétique (34) énergie (25)
 environnement (47) éviter (31) excès (45) façon (19) gaspillage (31) impact (19) inutiles (23)
 juste (46) limiter (26) mieux (72) mode (25) modération (49)
 nécessaire (81) planète (29) produits (29) qualité (20) raisonnable (51) ras (19)
 réduction (20) réduire (31) respect (31) responsabilité (19) responsable (29) ressources (19) simple (61)
 simplement (31) simplicité (79) société (29) superflu (26) surconsommation (34)
 vie (61) vivre (63)

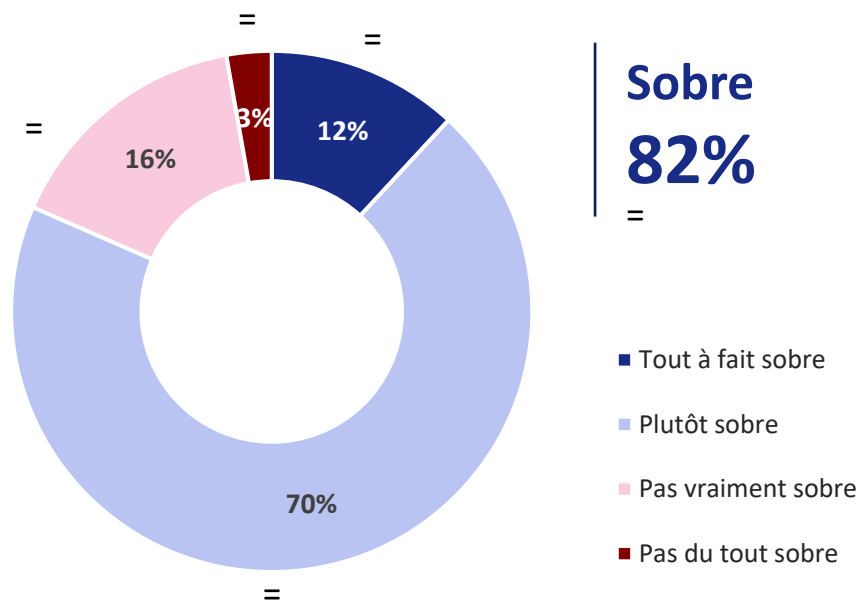
Nuage de mots des termes employés par ceux qui ont une vision négative de la sobriété

achat (7) achats (12) argent (12) attention (9) ceinture (12) choix (7)
 consommation (30) consomme (7)
 consommer (32) contrainte (9) dépenser (7)
 dépenses (8) écologie (7) économie (14) économies (8) France (7) gouvernement (8)
 juste (9) liberté (7) mode (12) monde (10) moyens (9)
 pauvreté (16) personnes (8) politiques (9) pouvoir (8)
 privation (20) réduire (10) restreindre (13)
 restriction (23) restrictions (7) riches (11) serrer (10)
 société (9) vie (27) vivre (11)

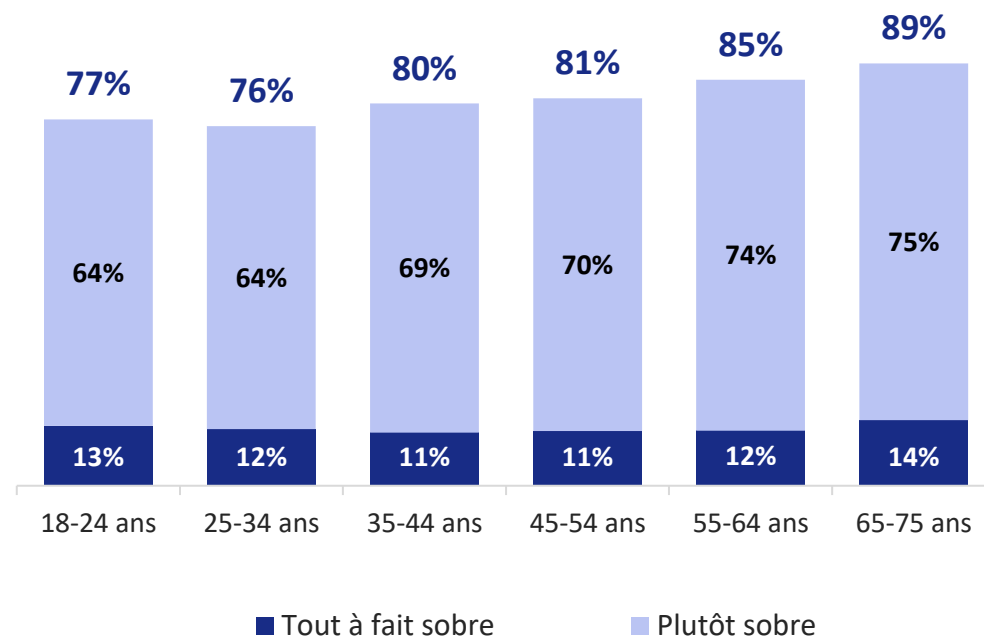
82% des Français jugent leur mode de vie actuel d'ores et déjà sobre : une proportion inchangée par rapport à 2023

Si vous deviez qualifier votre mode de vie actuel, vous diriez qu'il est... ?

Q139 - Base totale, n = 4000



Part jugeant son mode de vie « sobre » en fonction de l'âge

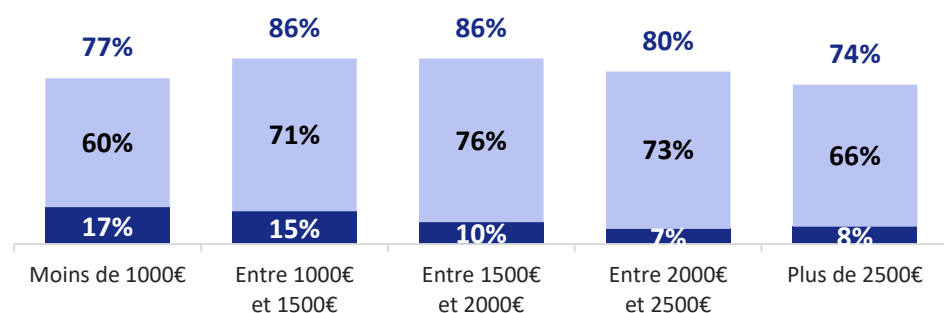


Peu de variations sociodémographiques majeures dans la propension à qualifier son mode de vie « sobre »

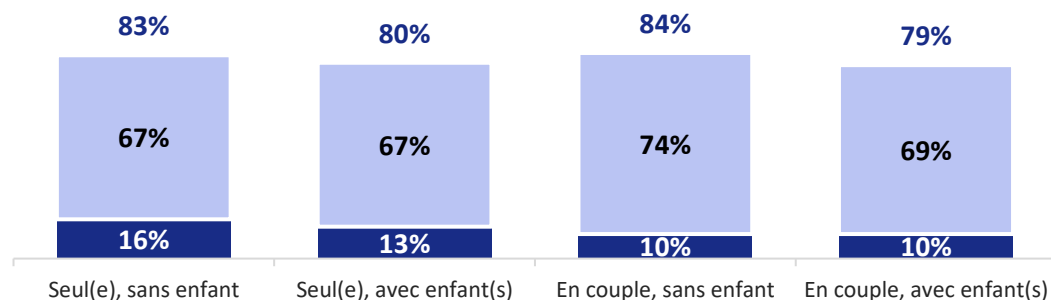
Si vous deviez qualifier votre mode de vie actuel, vous diriez qu'il est... ?

Q139 - Base totale, n = 4000

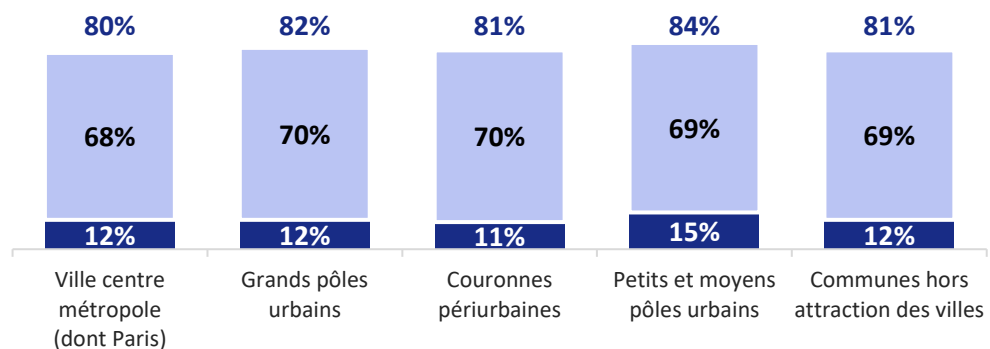
Part jugeant son mode de vie « sobre » en fonction du niveau de vie (revenus mensuels nets par UC)



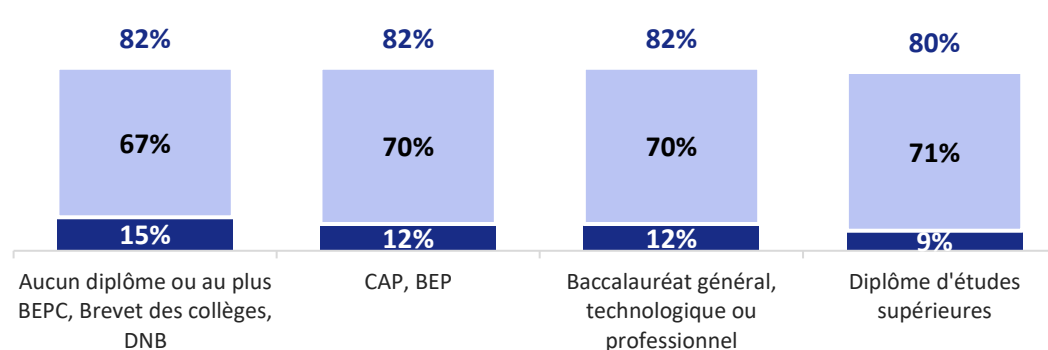
Part jugeant son mode de vie « sobre » en fonction de la composition du foyer



Part jugeant son mode de vie « sobre » en fonction du lieu de résidence



Part jugeant son mode de vie « sobre » en fonction du niveau de diplôme



Un décalage entre la perception de son mode de vie et ses pratiques

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres »	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres »	Individus qui s'estiment sobres (ST)	% parmi l'ensemble de la population
Usage de l'automobile				
Utilisent la voiture tous les jours par choix	17%	16%	17%	17%
Utilisent la voiture tous les jours par contrainte	23%	28%	27%	27%
Utilisent la voiture minimum une fois par semaine	30%	32%	32%	31%
Utilisent la voiture moins souvent	4%	4%	4%	4%
Possèdent une voiture, mais ne l'utilisent jamais	9%	9%	9%	9%
N'ont pas de voiture, mais aimeraient en avoir	5%	4%	4%	4%
N'ont pas de voiture	12%	7%	8%	8%
Usage des mobilités douces				
Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied	69%	72%	72%	71%
Se déplacent rarement à vélo ou à pied	27%	23%	23%	24%
Ne se déplacent jamais à vélo ou à pied	4%	5%	5%	5%
Usage de l'avion				
N'ont pas pris l'avion par soucis environnemental	6%	5%	6%	5%
N'ont pas pris l'avion	36%	42%	41%	39%
N'ont pas pris l'avion, mais auraient aimé	11%	9%	9%	9%
Ne sont pas partis en vacances	31%	21%	23%	23%
Ont pris l'avion	16%	23%	22%	23%
Consommation de viande				
Limitent leur consommation de viande	52%	51%	51%	50%
Ne limitent pas leur consommation de viande	32%	38%	37%	37%
Consomment de la viande tous les jours	16%	11%	12%	12%

Un décalage entre la perception de son mode de vie et ses pratiques

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres »	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres »	Individus qui s'estiment sobres (ST)	% parmi l'ensemble de la population
Fréquence de renouvellement de son téléphone				
Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou plus	57% *	47%	48%	46%
Renouvellement du téléphone tous les 3 à 4 ans	32%	42%	40%	41%
Renouvellement du téléphone tous les 2 ans ou moins	10%	11%	11%	12%
Pas de smartphone	2%	1%	1%	1%
Usage systématique du chauffage				
S'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage	84%	85%	85%	84%
Augmentent le chauffage en maintenant la température au maximum à 19°C	8%	6%	7%	7%
Augmentent le chauffage au-delà de 19°C	8%	8%	8%	9%
Usage systématique de la climatisation				
Ne disposent pas de la climatisation	54%	56%	55%	54%
Ne disposent pas de la climatisation, mais aimeraient	21%	21%	21%	22%
N'utilisent peu voire jamais la climatisation	11%	9%	10%	10%
Utilisent régulièrement la climatisation	15%	14%	14%	14%
Usage de la seconde main				
Privilégient la seconde main	34%	44%	43%	42%
Privilégient la seconde main, mais aimeraient acheter neuf	10%	8%	8%	8%
Privilégient le neuf	57%	48%	49%	50%

* **Guide de lecture** : 57% des individus qui s'estiment « tout à fait sobres » renouvellent leur téléphone tous les 5 ans ou plus.

Évaluation détaillée de son mode de vie : la perception d'être déjà sobre dans tous les domaines...

Et plus précisément, dans chacun des domaines suivants, dans quelle mesure estimez-vous avoir un mode de vie sobre ?

Q142 - Base totale, n = 4000

Pas du tout sobre

Pas vraiment sobre

Plutôt sobre

Tout à fait sobre

La consommation de biens (vos achats de vêtements, équipements, mobilier, etc.)

14% 3% 11% 54% 32% 85%

Le logement (sa taille, votre consommation d'énergie, d'eau, équipements)

17% 3% 14% 57% 26% 83%

L'alimentation (vos choix alimentaires et modes d'approvisionnement)

20% 4% 16% 60% 21% 81%

Les déplacements quotidiens (vos modes de transport pour le travail/études, les courses, etc.)

20% 4% 16% 53% 27% 80%

Les voyages et vacances (vos destinations, moyens de transport touristiques et activités de loisir)

20% 5% 15% 46% 33% 79%

Le numérique (vos équipements et usages numériques)

24% 5% 19% 54% 22% 76%

Les individus qui se disent « tout à fait sobres » le sont légèrement plus que la moyenne, ceux qui se disent « plutôt sobres » ont des comportements très similaires à ceux de la population générale

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres » dans leurs déplacements quotidiens	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres » dans leurs déplacements quotidiens	Individus qui s'estiment sobres (ST) dans leurs déplacements quotidiens	% parmi l'ensemble de la population
Usage de l'automobile				
Utilisent la voiture tous les jours par choix	9%	18%	15%	17%
Utilisent la voiture tous les jours par contrainte	16%	29%	25%	27%
Utilisent la voiture minimum une fois par semaine	35%	32%	33%	31%
Utilisent la voiture moins souvent	6%	3%	4%	4%
Possèdent une voiture, mais ne l'utilisent jamais	10%	10%	10%	9%
N'ont pas de voiture, mais aimeraient en avoir	8%	3%	5%	4%
N'ont pas de voiture	16%	6%	9%	8%

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres » dans leurs déplacements quotidiens	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres » dans leurs déplacements quotidiens	Individus qui s'estiment sobres (ST) dans leurs déplacements quotidiens	% parmi l'ensemble de la population
Usage des mobilités douces				
Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied	77%	71%	73%	71%
Se déplacent rarement à vélo ou à pied	20%	24%	22%	24%
Ne se déplacent jamais à vélo ou à pied	3%	5%	4%	5%

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres » en matière de voyages et vacances	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres » en matière de voyages et vacances	Individus qui s'estiment sobres (ST) en matière de voyages et vacances	% parmi l'ensemble de la population
Usage de l'avion				
N'ont pas pris l'avion par soucis environnemental	5%	7%	6%	5%
N'ont pas pris l'avion	38%	47%	43%	39%
N'ont pas pris l'avion, mais auraient aimé	10%	10%	10%	9%
Ne sont pas partis en vacances	38%	13%	24%	23%
Ont pris l'avion	8%	23%	17%	23%

Les individus qui se disent « tout à fait sobres » le sont légèrement plus que la moyenne, ceux qui se disent « plutôt sobres » ont des comportements très similaires à ceux de la population générale

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres » en matière d'alimentation	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres » en matière d'alimentation	Individus qui s'estiment sobres (ST) en matière d'alimentation	% parmi l'ensemble de la population
Consommation de viande				
Limitent leur consommation de viande	57%	51%	52%	50%
Ne limitent pas leur consommation de viande	30%	38%	36%	37%
Consomment de la viande tous les jours	12%	11%	11%	12%

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres » en matière d'achats	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres » en matière d'achats	Individus qui s'estiment sobres (ST) en matière d'achats	% parmi l'ensemble de la population
Fréquence de renouvellement de son téléphone				
Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou plus	57%	45%	49%	46%
Renouvellement du téléphone tous les 3 à 4 ans	33%	42%	40%	41%
Renouvellement du téléphone tous les 2 ans ou moins	9%	11%	11%	12%
Pas de smartphone	1%	1%	1%	1%

	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres » en matière d'achats	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres » en matière d'achats	Individus qui s'estiment sobres (ST) en matière d'achats	% parmi l'ensemble de la population
Usage de la seconde main				
Privilégient la seconde main	41%	43%	42%	42%
Privilégient la seconde main, mais aimeraient acheter neuf	8%	8%	8%	8%
Privilégient le neuf	50%	49%	49%	50%

Guide de lecture : 57 % des individus qui s'estiment « tout à fait sobres » en matière d'alimentation limitent leur consommation de viande.

Les individus qui se disent « tout à fait sobres » le sont légèrement plus que la moyenne, ceux qui se disent « plutôt sobres » ont des comportements très similaires à ceux de la population générale

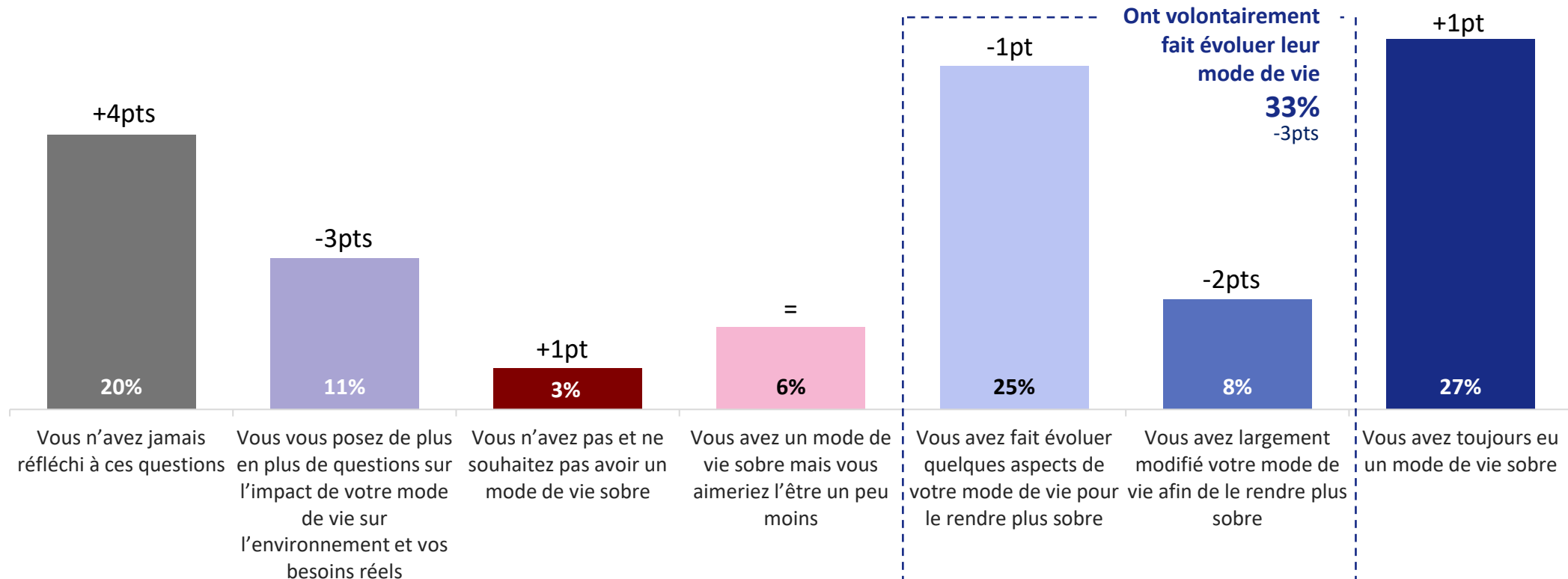
	Individus qui s'estiment « Tout à fait sobres » en matière de logement	Individus qui s'estiment « Plutôt sobres » en matière de logement	Individus qui s'estiment sobres (ST) en matière de logement	% parmi l'ensemble de la population
Usage systématique du chauffage				
S'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage	87%	84%	85%	84%
Augmentent le chauffage en maintenant la température au maximum à 19°C	6%	7%	6%	7%
Augmentent le chauffage au-delà de 19°C	7%	9%	8%	9%
Usage systématique de la climatisation				
Ne disposent pas de la climatisation	54%	55%	55%	54%
Ne disposent pas de la climatisation, mais aimeraient	24%	21%	22%	22%
N'utilisent peu voire jamais la climatisation	9%	10%	10%	10%
Utilisent régulièrement la climatisation	14%	14%	14%	14%

Guide de lecture : 87 % des individus qui s'estiment « tout à fait sobres » en matière de logement s'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage et 54 % d'entre eux ne disposent pas de la climatisation.

Une intégration de la sobriété dans les modes de vie à degrés (et modalités) variables

Vous-même, diriez-vous que ...

Q140 - Base totale, n = 4000

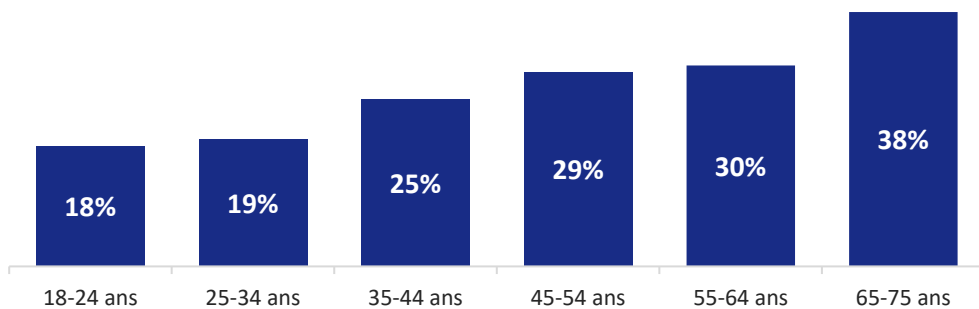


Une propension à considérer avoir toujours eu un mode de vie sobre corrélée à l'âge

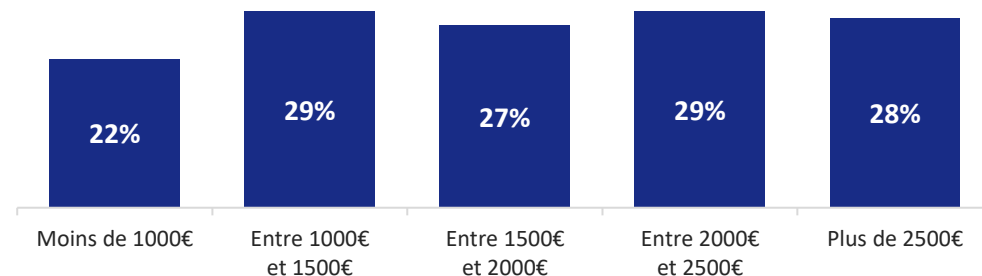
Vous-même, diriez-vous que ...

Q140 - Base totale, n = 4000

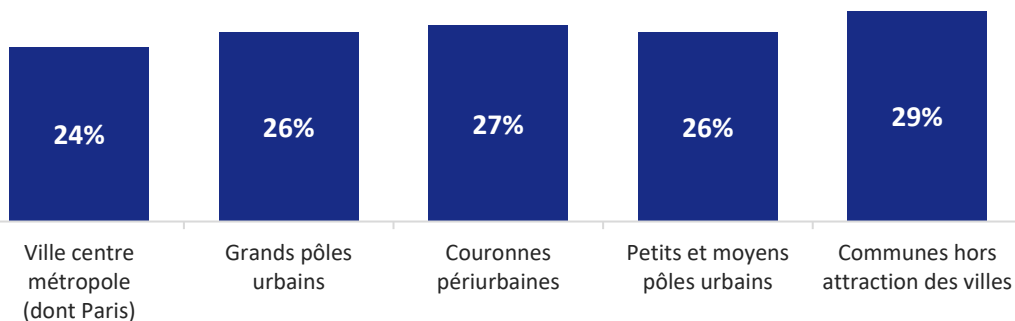
% « toujours eu un mode de vie sobre » en fonction de l'âge



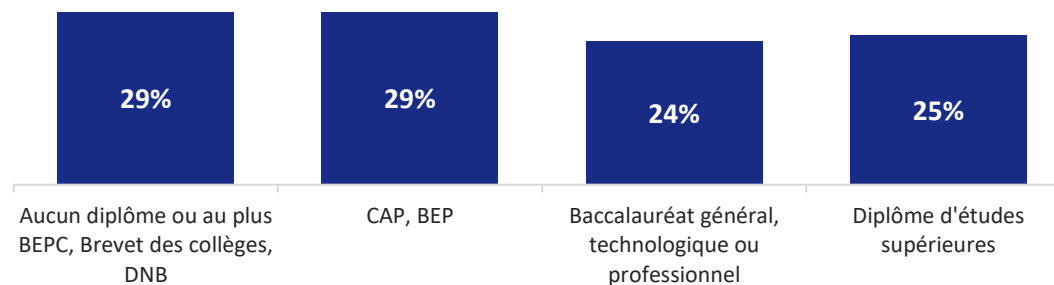
% « toujours eu un mode de vie sobre » en fonction du niveau de vie du foyer (revenus mensuels nets par UC)



% « toujours eu un mode de vie sobre » en fonction du lieu de résidence



% « toujours eu un mode de vie sobre » en fonction du niveau de diplôme

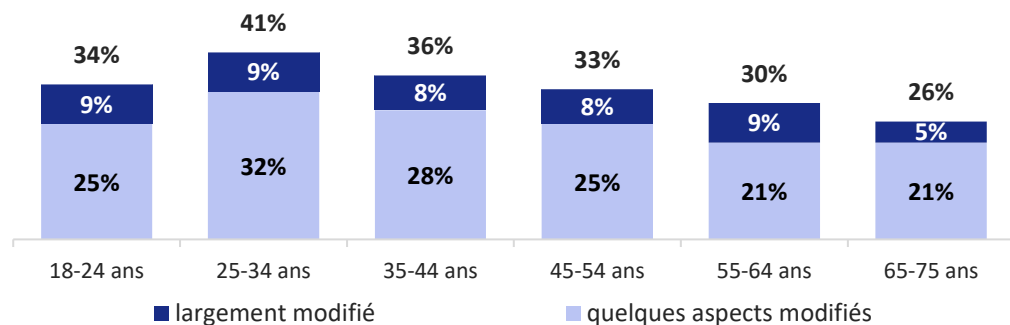


Une corrélation entre le niveau de vie / la sensibilité politique et le fait d'avoir fait évoluer ses pratiques

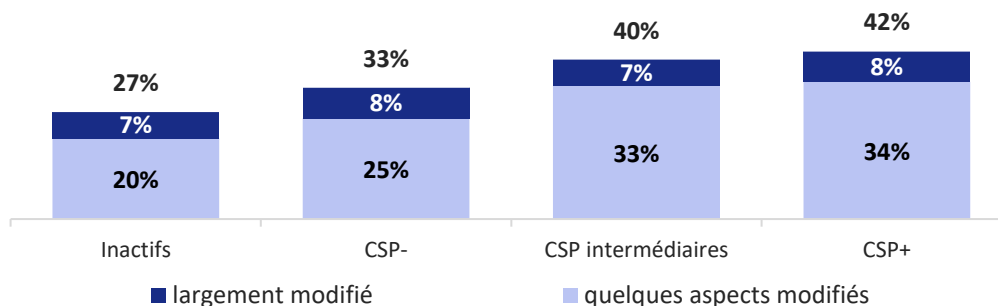
Vous-même, diriez-vous que ...

Q140 - Base totale, n = 4000

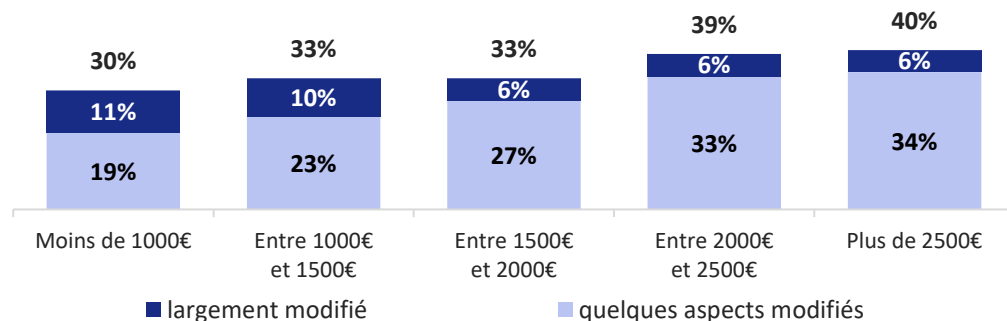
Rapport au mode de vie sobre en fonction de l'âge



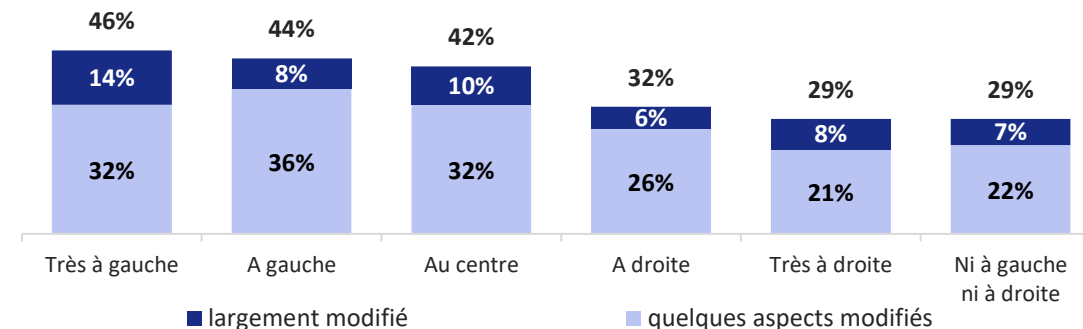
Rapport au mode de vie sobre en fonction de la CSP



Rapport au mode de vie sobre en fonction du niveau de vie du foyer



Rapport au mode de vie sobre en fonction de la sensibilité politique

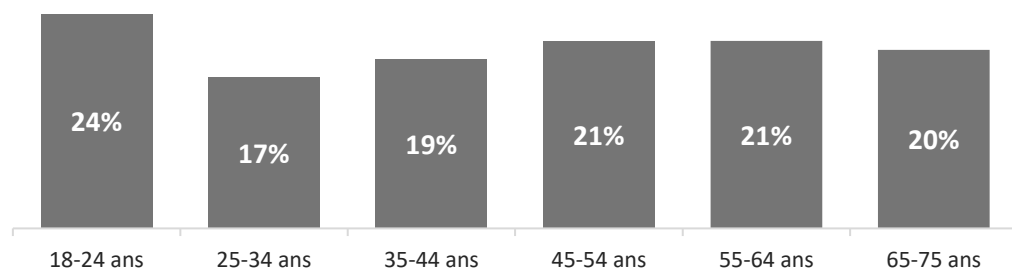


Ne pas avoir réfléchi à ces questions : plus présent au sein des foyers modestes et peu diplômés

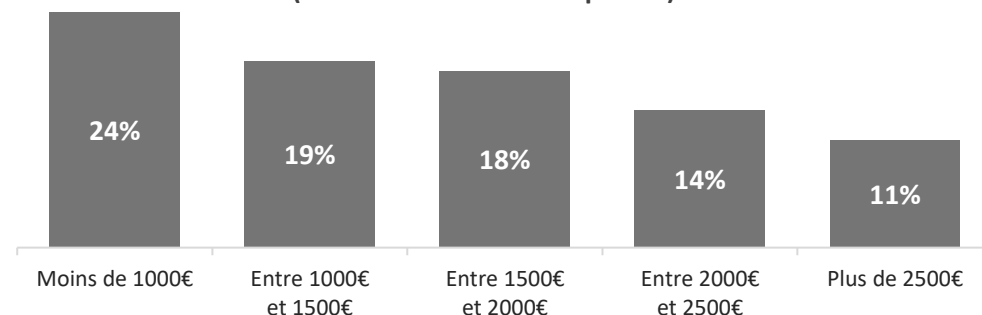
Vous-même, diriez-vous que ...

Q140 - Base totale, n = 4000

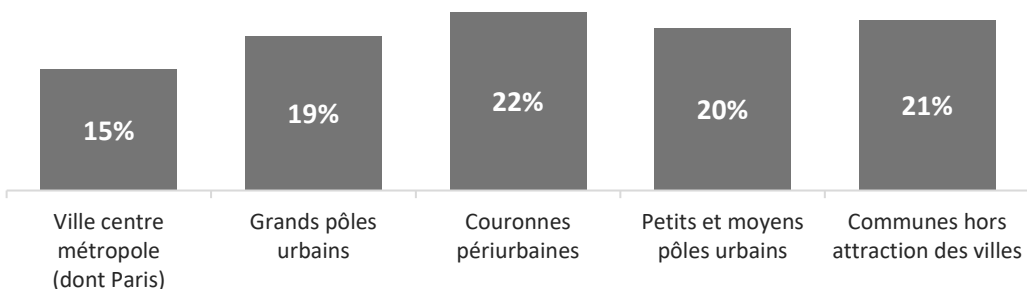
% « Vous n'avez jamais réfléchi à ces questions » en fonction de l'âge



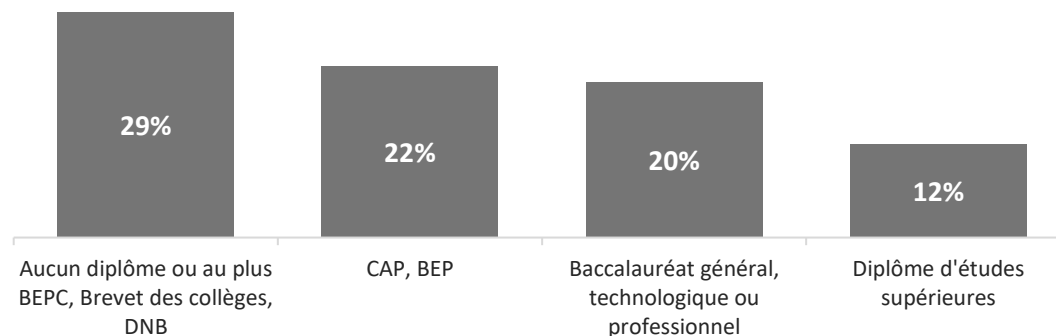
% « Vous n'avez jamais réfléchi à ces questions » en fonction du niveau de vie du foyer (revenus mensuels nets par UC)



% « Vous n'avez jamais réfléchi à ces questions » en fonction du lieu de résidence



% « Vous n'avez jamais réfléchi à ces questions » en fonction du niveau de diplôme



Un mode de vie sobre : des significations plurielles

En quoi votre mode de vie actuel est-il « tout à fait sobre » / « plutôt sobre » ?

Q141 – Base : estiment leur mode de vie « sobre », n = 3266 / Question ouverte, réponses recodées

achat (577) alcool (42) alimentaire (32) alimentation (40) argent (62)
attention (304) avion (39) besoin (315) boire (41) chauffage (45)
choses (105) consommation (493) contente (39) déchets (37)
depense (286) déplacements (44) eau (89) electricite (51) energie (57)
environnement (42) evite (58) excès (119) gaspillage (54) inutile (114) juste (39)
limite (48) limiter (31) mange (43) manque (29) maximum (37) moyens (55) nécessaire (137)
nourriture (30) objets (39) occasion (34) plaisir (60) possible (82) produits (141) qualite (33)
simple (90) simplement (37) sorties (33) superflu (78) surconsommation (50) utilisation (31)
vacances (73) velo (29) vêtements (102) viande (73) voiture (120)

Un mode de vie sobre : des significations plurielles

En quoi votre mode de vie actuel est-il « tout à fait sobre » / « plutôt sobre » ?

Q141 – Base : estiment leur mode de vie « sobre », n = 3266 / Question ouverte, réponses recodées

Recentrer sa vie sur l'essentiel : consommer moins, réduire les « excès »

- La sobriété se traduit d'abord par un contrôle des achats. Les répondants expriment le choix d'acheter uniquement l'essentiel, d'éviter les achats impulsifs et de se détacher des logiques consuméristes. Ils souhaitent se recentrer sur les « besoins réels » et la « simplicité ».
- C'est un choix conscient de modération, souvent associé à l'idée de normalité et/ou de simplicité. Elle n'est pas revendiquée, mais décrite comme évidente ou naturelle : « je vis simplement », « je n'ai pas besoin de grand-chose ». Pour certains, cette manière de vivre est héritée d'une éducation familiale, marquée par la modestie et le refus de l'ostentation. La sobriété se confond alors avec la normalité d'un mode de vie modeste.

Subir la sobriété : quand la contrainte devient mode de vie

- Pour une part importante des répondants, la sobriété n'est pas considérée comme un choix, mais comme une nécessité économique. Les difficultés financières imposent une forme de modération forcée : acheter le minimum, renoncer à certains plaisirs, faire avec peu. Les répondants décrivent un quotidien fait d'arbitrages et de renoncements, sans mise en récit valorisante.
- Une contrainte qui mène parfois au rejet du terme de « sobriété » vécu comme une injonction de la part de personnes qui ne comprennent par leur réalité.

- *Je fais attention à mes achats, au gaspillage, au réel besoin de telle ou telle chose et ce depuis très longtemps.*
- *J'ai toujours eu un mode de vie sobre. Mes parents m'ont appris la valeur des choses, ce n'est pas en amassant les biens que l'on devient riche, mais en connaissant leurs vraies valeurs et leurs bonnes utilisations.*
- *J'accorde peu d'attention aux biens et je ne cherche pas à me valoriser à travers la possession de biens chers et rares. Je ne suis pas un fan de la société de consommation d'aujourd'hui basée sur une culture de superflu.*
- *Simplicité, récupération, modestie, se réjouir/s'enrichir avec peu. Je préfère un camping municipal en Bourgogne au bord de l'eau qu'aller à Monaco ou d'autres paradis fiscaux qui nous volent l'argent de notre travail.*
- *Etant donnée ma situation financière, la sobriété s'impose. Je n'ai pas de toute façon de gros besoins. Mais j'aurais aimé pouvoir me faire plaisir et faire plaisir à mes proches plus souvent.*
- *Pas les moyens de me chauffer, de m'alimenter, de me vêtir correctement.*
- *Du fait d'un pouvoir d'achat peu élevé c'est plutôt par obligation que l'on n'a un mode de vie sobre avec beaucoup de privation*
- *Il a fallu faire des économies d'argent ce qui m'a amené à faire des économies tout court dans tous les domaines.*
- *En rien ! Je ne vis pas pour être sobre, je ne suis pas entrée dans les ordres ! Je n'ai qu'une vie et c'est pour la vivre pleinement ! Les politiques sont ils sobres avec l'argent de nos impôts ?*
- *Je n'ai pas été augmenté depuis 2008. Nous sommes en 2025. Je suis moins que smicard. Ai-je répondu à la question ?*

Un mode de vie sobre : des significations plurielles

En quoi votre mode de vie actuel est-il « tout à fait sobre » / « plutôt sobre » ?

Q141 – Base : estiment leur mode de vie « sobre », n = 3266 / Question ouverte, réponses recodées

Une consommation maîtrisée : prolonger, réparer, ne pas gaspiller

- Un registre de pratiques très concrètes : il s'agit de faire durer, de réparer, de réutiliser ... Autrement dit, d'instaurer une économie de la durabilité dans le quotidien. Le gaspillage est vécu comme une faute morale autant qu'un non-sens pratique. Cette posture est régulièrement opposée à la logique du renouvellement permanent et irréfléchi.

Une sobriété écologique et responsable : “faire sa part” pour la planète

- Certains répondants inscrivent leur sobriété dans une logique écologique et civique : Le tri, la réduction des déchets, la limitation des déplacements, la consommation locale ou la sobriété énergétique sont évoqués comme autant de gestes quotidiens de responsabilité. Les répondants multiplient les exemples concrets pour témoigner de leur engagement individuel.

Une sobriété mise en rapport avec sa santé : entre hygiène de vie et confusion sémantique

- Enfin, une partie des répondants relie spontanément la sobriété à la modération dans les comportements individuels : absence d'alcool, pratique sportive, alimentation saine... Cette approche renvoie à un mode de vie sain : centrée sur le bien-être et la santé. Cependant, cette interprétation témoigne aussi d'une confusion fréquente avec la “sobriété alcoolique”, où le terme est compris dans son sens premier de tempérance.

- *Je fais durer au maximum les vêtements, les appareils, je chauffe au minimum. Bref, j'évite le gaspillage.*
- *Je ne suis pas sensible aux dernières innovations technologiques. Je ne suis pas « à la mode », je privilégie les pièces intemporelles et je ne renouvelle pas systématiquement ma garde robe.*
- *J'y pensais en lisant les questions : on a des habits qui ont plus de 10 ans, que je préfère raccommoder quand ils s'usent, on a des meubles qui ont parfois 15 ans... j'essaie de faire durer mes objets un maximum, réparer quand je peux, comme mon lave-linge.*
- *Nous faisons attention à l'environnement en faisant le tri sélectif, les dons aux associations pour que nos affaires puissent resservir, faisons du compost et utilisons notre voiture au minimum en privilégiant la marche.*
- *Je fais mes vêtements lorsque j'ai besoin, je ne mange pas de viande, je mange les légumes de saison ou que je fais pousser, je composte mes déchets, je limite mes déplacements.*
- *Je limite ma consommation de biens, ainsi que mes consommations alimentaires pour respecter l'environnement et l'économie des ressources du pays et de la planète.*
- *Pas d'alcool, moins de viande, moins d'excès sur les friandises.*
- *Plus sain, meilleur pour l'environnement et la santé physique et mentale.*
- *Je prends soin de ma santé (j'essaie) ; je consomme que les choses que j'ai envie (je réfléchis avant) ; je profite de la vie, en ne consommant pas de drogue (ni alcool, ni tabac)*
- *Je ne bois jamais, je suis tout le temps sobre, l'alcool n'est pas dans mon train de vie.*

Un mode de vie sobre peu sobre : entre habitudes de confort, manque d'alternative et refus de perdre son « droit au plaisir »

En quoi votre mode de vie actuel n'est-il « pas vraiment sobre » / « pas du tout sobre » ?

Q141 – Base : estiment leur mode de vie « pas sobre », n = 734 / Question ouverte, réponses recodées

achat⁽⁹¹⁾ aimer⁽²¹⁾ alcool⁽¹⁰⁾ alimentaire⁽¹⁰⁾ appareils⁽⁸⁾ argent⁽¹⁴⁾
attention⁽²⁰⁾ avion⁽²⁹⁾ besoin⁽²⁷⁾ boire⁽¹⁰⁾ choses⁽⁴⁴⁾
confort⁽⁷⁾ **consommation**⁽¹²⁸⁾ dépense⁽²⁷⁾
déplacements⁽⁸⁾ efforts⁽⁸⁾ énergie⁽⁸⁾ enfants⁽⁷⁾ envie⁽¹⁰⁾ environnement⁽¹²⁾ excès⁽⁸⁾
impact⁽¹⁰⁾ inutiles⁽¹⁰⁾ maison⁽⁷⁾ mange⁽¹²⁾ mieux⁽⁹⁾ moyens⁽⁷⁾ plaisir⁽¹⁹⁾ possède⁽⁷⁾
prive⁽⁷⁾ produits⁽¹⁹⁾ profite⁽⁷⁾ surconsommation⁽¹²⁾ travail⁽¹¹⁾ vacances⁽⁸⁾
vêtements⁽²⁷⁾ viande⁽²⁵⁾ **voiture**⁽⁴⁹⁾ voyage⁽¹⁶⁾

Un mode de vie sobre peu sobre : entre habitudes de confort, manque d'alternative et refus de perdre son « droit au plaisir »

En quoi votre mode de vie actuel n'est-il « pas vraiment sobre » / « pas du tout sobre » ?

Q141 – Base : estiment leur mode de vie « pas sobre », n = 734 / Question ouverte, réponses recodées

Une consommation matérielle encore élevée : achats, équipements, loisirs

- Beaucoup reconnaissent que leur mode de vie reste marqué par la consommation de biens matériels : vêtements, produits technologiques, gadgets, etc. Cette consommation est souvent perçue comme automatique ou routinière, inscrite dans des habitudes de long terme qu'il est difficile de combattre. Certains admettent toutefois qu'ils pourraient « faire un effort » ou qu'ils devraient « faire plus attention ».

Des habitudes de confort difficilement renégociables

- Les répondants mentionnent le chauffage, la climatisation, l'eau chaude, les appareils électroménagers ou numériques, autant d'éléments perçus comme des acquis du bien-être moderne. La sobriété est ici perçue comme une restriction du confort personnel, difficile à envisager sans perte de qualité de vie.
- La sobriété bute sur le désir de liberté et de plaisir. Les voyages, les vêtements, les sorties sont autant de pratiques perçues comme incompatibles avec une sobriété stricte, mais essentielles à l'épanouissement personnel. Les répondants revendiquent le « droit au plaisir », face à un discours qu'ils jugent parfois trop moralisateur.

- *Voyage en avion, utilisation d'équipement non nécessaire ou dont on pourrait se passer ou réduire (télévision, internet...)*
- *J'achète assez souvent des choses dont je n'ai pas besoin, je prends souvent la voiture alors que le trajet pourrait être fait en transport en commun ou à pied. Je cherche la facilité donc je me fais souvent livrer.*
- *J'achète trop de produits dont je pourrais me passer notamment sur internet. Je ne fais pas vraiment attention à ma consommation (eau, énergie)*
- *Car je fais des excès parfois. J'achète des choses dont je pourrais me passer, tel que les vêtements et les cosmétiques. Aussi, je devrais faire plus attention à la nourriture que j'achète.*
- *Je continue à faire des achats pulsions, ce qui me culpabilise... et je veux toujours essayer d'améliorer mon habitat.*
- *Notamment l'utilisation de la voiture pour me rendre au travail. Il est possible de prendre des transports en commun. Mais bon, je tiens au confort de la voiture...*
- *J'aime avoir de jolis vêtements, de jolies chaussures, j'aime les sacs à main, j'aime que les enfants soient bien habillés, leur offrir les dernières tendances.*
- *J'aime beaucoup voyager, notamment en avion. Parfois, je ne me contente pas d'un « rien ». J'ai tendance à consommer: vêtements, restaurants, etc*
- *Je profite de l'instant présent sans me poser de question, ce qui est pris est pris, il faut profiter à chaque instant sans se soucier du lendemain*
- *Je vois le terme sobre comme quelque chose de triste, de sombre et d'ennuyeux.*

Un mode de vie sobre peu sobre : entre habitudes de confort, manque d'alternative et refus de perdre son « droit au plaisir »

En quoi votre mode de vie actuel n'est-il « pas vraiment sobre » / « pas du tout sobre » ?

Q141 – Base : estiment leur mode de vie « pas sobre », n = 734 / Question ouverte, réponses recodées

Des manques d'alternatives crédibles et des contraintes structurelles

- Ne pas être sobre est aussi vécue comme une contrainte imposée par le système. Les répondants évoquent leur dépendance à la voiture individuelle, l'absence d'alternatives de transport, les habitats énergivores ou le manque d'infrastructures adaptées. Même en ayant la volonté d'agir, beaucoup estiment que la structure économique et territoriale ne permet pas d'être véritablement sobre.

Un énervement lié au sentiment d'injustice et au manque d'exemplarité

- Enfin, plusieurs répondants expriment un ras-le-bol face à la responsabilité individuelle dans la sobriété. Ils dénoncent une injustice perçue : les efforts demandés aux citoyens ordinaires face à l'inaction de l'État, des grandes entreprises ou des plus aisés. Cette colère traduit une crise de légitimité du discours sur la sobriété, vécue comme inégalitaire et imposée par une élite.

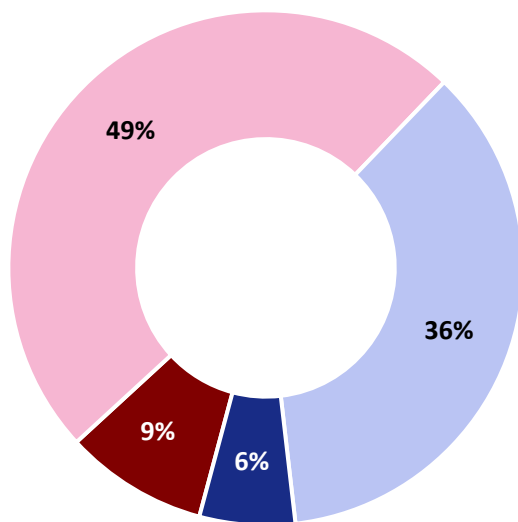
- *Trop dépendant de la société de consommation, il est difficile de se passer de certains modes de consommation, car il n'y a pas d'alternatives.*
- *En vivant dans un pays développé comme en France, le mode de vie associé par la consommation, et l'utilisation d'un certain nombre de produits, a un grand impact sur l'environnement. Bien que j'essaie de faire des efforts sur ma consommation personnelle.*
- *Mon travail m'oblige à utiliser la voiture, à m'acheter des vêtements, etc. Il faudrait que je trouve un travail moins loin et plus proche de la nature.*
- *Habitant à la campagne, n'ayant pas de transport en commun pour me rendre au travail, j'utilise la voiture tous les jours presque. Beaucoup de gaspillage alimentaire sur mon lieu de travail.*
- *Je fais ce que je veux, quand je le veux. Ce que l'état veut de nous Français, cela ne m'intéresse pas.*
- *Je ne change pas mes habitudes en fonction des différents discours imposés par les politiques et les médias*
- *Nos modes de vie sont dictés par des gens qui s'enrichissent en essayant de nous convaincre qu'un mode de vie plus sobre a un impact sur l'environnement. J'ai 63 ans et j'ai toujours entendu ces problèmes d'environnement, mais rien ne s'améliore*
- *Parce qu'il est hors de question que je me prive alors que nos têtes pensantes continuent de vivre dans la démesure*
- *Parce que le gouvernement, les ministères, le Président, etc, roulent en grosses bagnoles diesel, prennent l'avion, font des repas à des milliers d'euros, alors pourquoi je devrais être sobre, alors qu'eux non.*

Auto-évaluation de son impact sur l'environnement

Selon vous, l'impact de votre mode de vie actuel sur l'environnement et les ressources de la planète est ...

Q143 - Base totale, n=4000

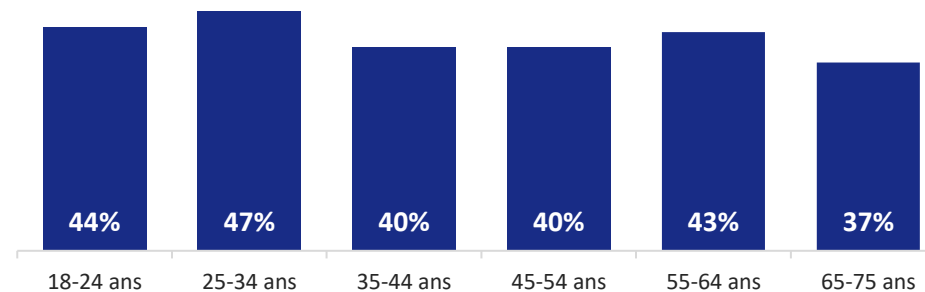
Faible
58%



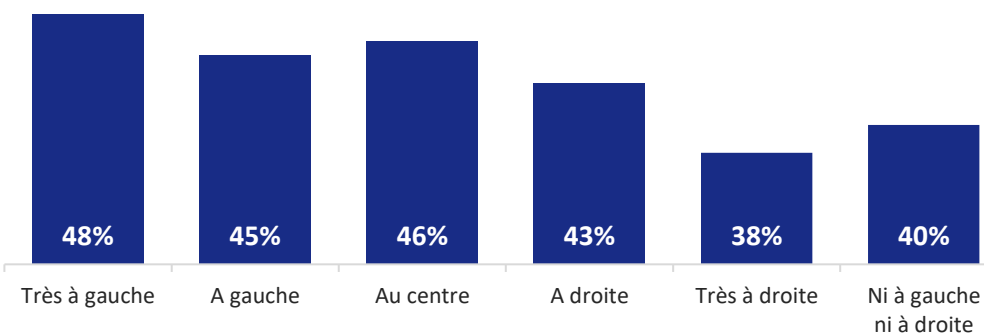
Fort
42%

- Très faible
- Plutôt faible
- Plutôt fort
- Très fort

%Fort (Très + Plutôt) en fonction de l'âge



%Fort (Très + Plutôt) en fonction de la sensibilité politique

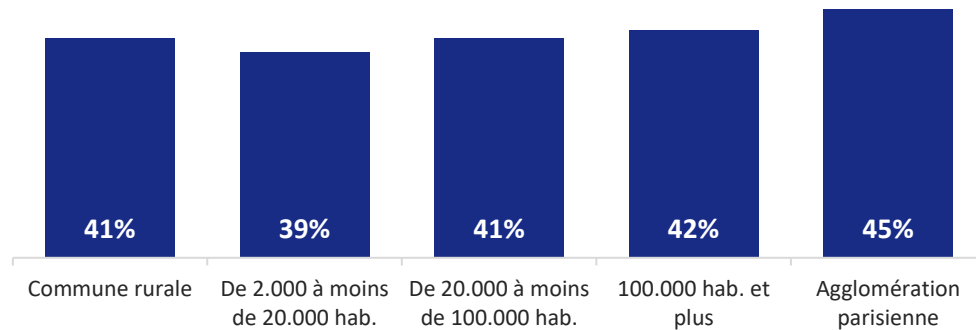


L'auto-évaluation de son impact sur l'environnement ne repose pas réellement sur le niveau de vie, mais sur le niveau de vie perçu (contrainte budgétaire, sentiment d'appartenir à une classe défavorisée...)

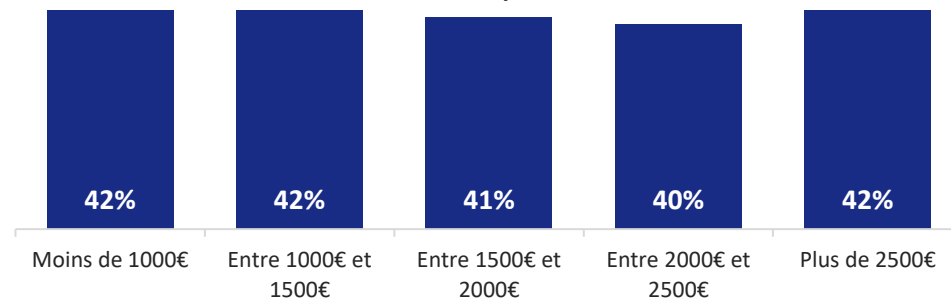
Selon vous, l'impact de votre mode de vie actuel sur l'environnement et les ressources de la planète est ...

Q143 - Base totale, n=4000

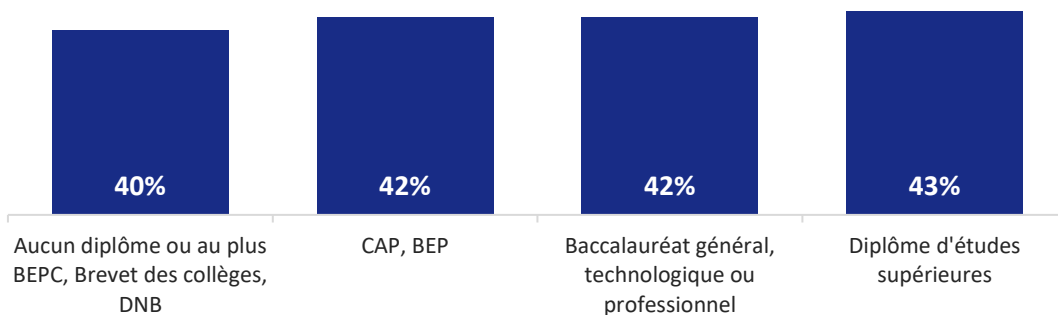
%Fort (Très + Plutôt) en fonction de la taille d'agglomération



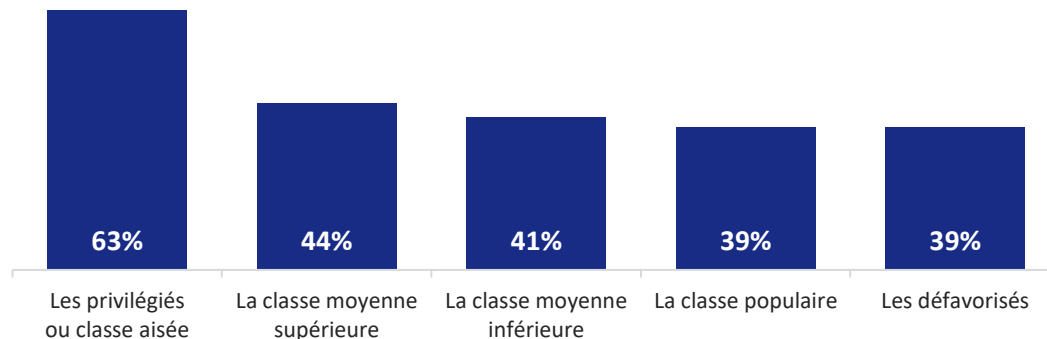
%Fort (Très + Plutôt) en fonction du niveau de vie (revenus mensuels nets par UC)



%Fort (Très + Plutôt) en fonction du niveau de diplôme



%Fort (Très + Plutôt) en fonction du sentiment d'appartenance à un groupe



La disposition au changement



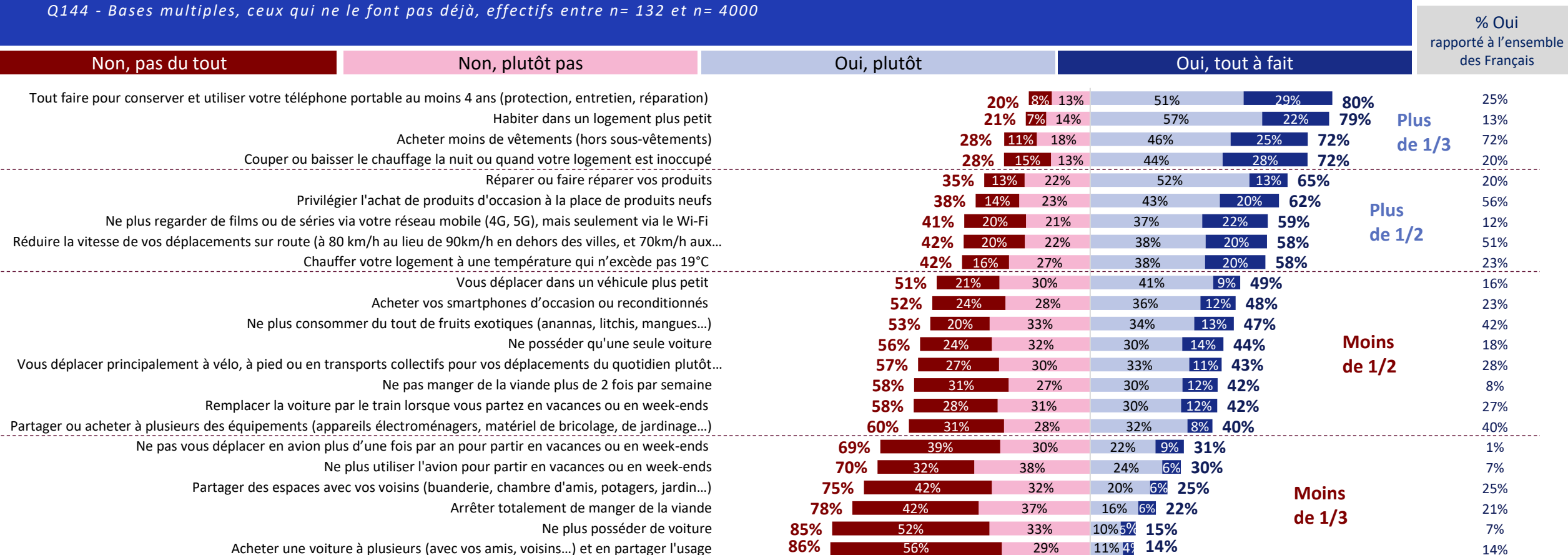
La disposition au changement – À retenir

- Les Français se montrent, dans la majorité des cas, favorables à l'idée de renforcer leurs efforts en matière de sobriété. Interrogés sur 23 pratiques (limitation de l'usage du chauffage, réduction de la consommation de vêtements, arrêt de l'usage de l'avion, limitation, voire arrêt complet de la consommation de viande...), les répondants se disent prêts à en faire évoluer en moyenne 5,7 d'entre elles.
- Les propositions faisant face aux plus grands nombres de refus sont celles ayant rapport avec :
 - la mobilité (85% sont contre le fait de ne plus posséder de voiture, par exemple),
 - la consommation de viande (75% sont contre l'idée d'arrêter totalement d'en manger, et 58% contre l'idée de réduire leur consommation)
 - et avec l'usage de l'avion (70% sont contre l'idée de ne plus utiliser l'avion pour partir en vacances ou en week-ends)
- Les changements jugés les plus acceptables concernent la consommation d'équipements, le logement et la sobriété numérique.
- Les jeunes, urbains, diplômés et ménages aisés affichent la plus grande ouverture au changement.
- Le sentiment d'appartenance sociale influence fortement la disposition au changement : les individus qui se disent appartenir à la « classe aisée » et « moyenne supérieure » se disent davantage prêts à agir que ceux qui estiment appartenir à la « classe populaire » ou « défavorisée ».
- Les principaux leviers du changement sont la motivation économique (alternatives moins chères ou augmentation du coût), et la mise en place d'alternatives de qualité.
- L'accès à des alternatives locales conditionne les pratiques :
 - 19 % déclarent ne disposer d'aucune alternative à la voiture (pas de gare, de transports en commun, de pistes cyclables...),
 - 28 % déclarent ne pas disposer d'un marché de producteur, d'un potage ou de restaurants proposant des plats végétariens à proximité,
 - 35 % ne disposent pas d'accès à un lieu dédié à l'économie circulaire (réparation, seconde main, etc.).
- Les contraintes territoriales (ruralité, manque d'infrastructures) freinent la mise en œuvre concrète de la sobriété, notamment en matière de mobilité.

La disposition au changement chez ceux qui n'ont pas encore agi

Seriez-vous prêt(e) à adopter les pratiques suivantes ?

Q144 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 132 et n= 4000



Guide de lecture : 80 % des individus qui conservent leur téléphone moins de 4 ans se disent prêt à changer leur comportement et « tout faire pour conserver et utiliser leur téléphone au moins 4 ans », cela représente 25% des Français.

Un plus fort rejet des catégories *mobilité, alimentation et tourisme*

Seriez-vous prêt(e) à adopter les pratiques suivantes ?

Q144 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 132 et n= 4000

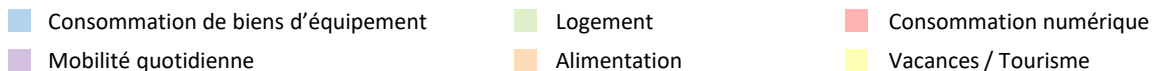
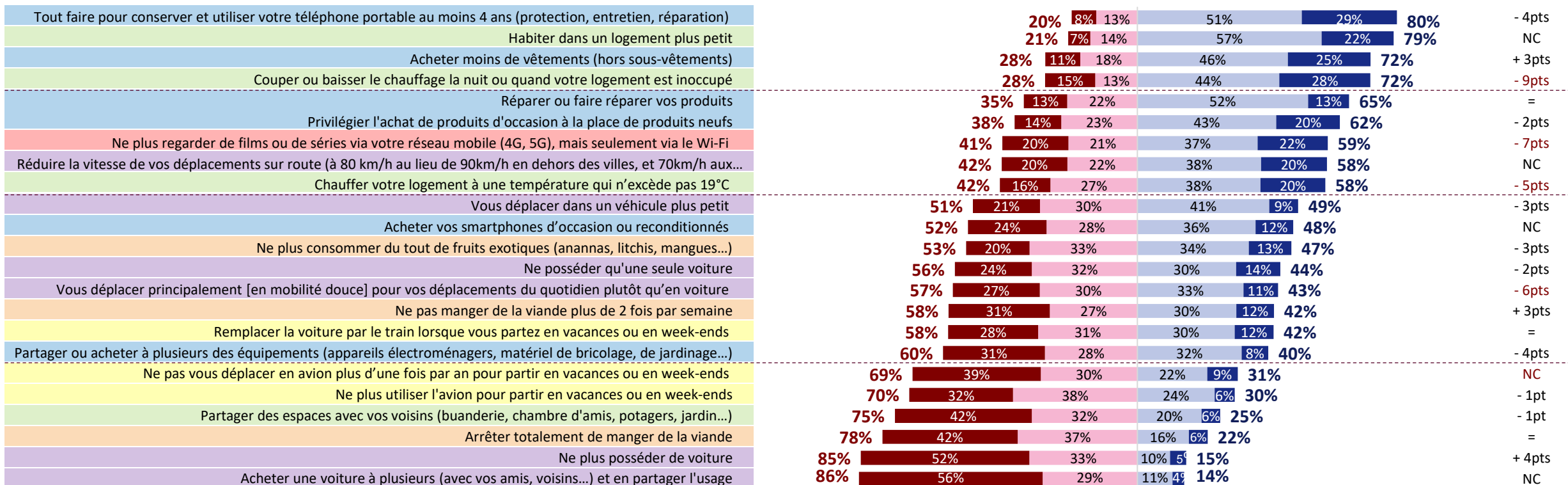
Non, pas du tout

Non, plutôt pas

Oui, plutôt

Oui, tout à fait

Évolution /2023



La disposition au changement est plus grande parmi les jeunes

Seriez-vous prêt(e) à adopter les pratiques suivantes ? - % « oui, plutôt » + « oui, tout à fait »

Q144 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 276 et n= 4000

% « oui, plutôt » + « oui, tout à fait »	18-24 ans	25-34 ans	35-44 ans	45-54 ans	55-64 ans	65-75 ans	Ensemble
Tout faire pour conserver et utiliser votre téléphone portable au moins 4 ans	84%*	82%	76%	75%	82%	82%	80%
Habiter dans un logement plus petit	77%	71%	76%	77%	81%	83%	79%
Acheter moins de vêtements	71%	72%	71%	72%	71%	72%	72%
Couper ou baisser le chauffage la nuit ou quand votre logement est inoccupé	84%	71%	69%	67%	68%	77%	72%
Réparer ou faire réparer vos produits	73%	69%	66%	60%	64%	62%	65%
Privilégier l'achat de produits d'occasion à la place de produits neufs une voiture à plusieurs	76%	70%	67%	60%	54%	51%	62%
Ne plus regarder de films ou de séries via votre réseau mobile	59%	57%	60%	58%	60%	64%	59%
Réduire la vitesse de vos déplacements sur route	53%	55%	54%	59%	65%	62%	58%
Chauffer votre logement à une température qui n'excède pas 19°C	70%	64%	57%	55%	56%	52%	58%
Vous déplacer dans un véhicule plus petit	48%	37%	44%	56%	57%	50%	49%
Acheter vos smartphones d'occasion ou reconditionnés	61%	54%	44%	45%	42%	44%	48%
Ne plus consommer du tout de fruits exotiques	50%	51%	49%	42%	49%	45%	47%
Ne posséder qu'une seule voiture	60%	43%	30%	39%	49%	55%	44%
Vous déplacer principalement à vélo, à pied ou en transports collectifs	58%	47%	42%	36%	41%	45%	43%
Ne pas manger de viande plus de 2 fois par semaine	45%	45%	36%	39%	42%	48%	42%
Remplacer la voiture par le train lorsque vous partez en vacances ou en week-ends	69%	51%	40%	35%	31%	33%	42%
Partager ou acheter à plusieurs des équipements	57%	47%	40%	36%	34%	33%	40%
Ne plus utiliser l'avion pour partir en vacances ou en week-ends	41%	32%	28%	25%	24%	27%	30%
Partager des espaces avec vos voisins	34%	30%	28%	22%	19%	23%	25%
Arrêter totalement de manger de la viande	26%	24%	21%	21%	19%	20%	22%
Ne plus posséder de voiture	22%	18%	13%	15%	14%	12%	15%
Acheter une voiture à plusieurs	30%	18%	16%	11%	9%	8%	14%

La disposition au changement selon la taille d'agglomération

Seriez-vous prêt(e) à adopter les pratiques suivantes ? - % « oui, plutôt » + « oui, tout à fait »

Q144 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 276 et n= 4000

% « oui, plutôt » + « oui, tout à fait »	Communes rurales	2.000 à 20.000 habitants	20.000 à 100.000 habitants	100.000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Ensemble
Tout faire pour conserver et utiliser votre téléphone portable au moins 4 ans	83%	77%	78%	80%	79%	80%
Habiter dans un logement plus petit	77%	78%	80%	82%	75%	79%
Acheter moins de vêtements	69%	71%	69%	72%	78%	72%
Couper ou baisser le chauffage la nuit ou quand votre logement est inoccupé	70%	67%	75%	68%	81%	72%
Réparer ou faire réparer vos produits	65%	66%	65%	62%	70%	65%
Privilégier l'achat de produits d'occasion à la place de produits neufs une voiture à plusieurs	63%	60%	63%	61%	64%	62%
Ne plus regarder de films ou de séries via votre réseau mobile	54%	57%	67%	59%	57%	59%
Réduire la vitesse de vos déplacements sur route	55%	58%	62%	58%	63%	58%
Chauffer votre logement à une température qui n'excède pas 19°C	48%	56%	57%	63%	68%	58%
Vous déplacer dans un véhicule plus petit	51%	46%	54%	49%	48%	49%
Acheter vos smartphones d'occasion ou reconditionnés	47%	47%	50%	45%	54%	48%
Ne plus consommer du tout de fruits exotiques	51%	47%	46%	47%	44%	47%
Ne posséder qu'une seule voiture	36%	44%	48%	46%	62%	44%
Vous déplacer principalement à vélo, à pied ou en transports collectifs	33%	41%	48%	48%	54%	43%
Ne pas manger de viande plus de 2 fois par semaine	34%	42%	38%	46%	51%	42%
Remplacer la voiture par le train lorsque vous partez en vacances ou en week-ends	32%	32%	44%	46%	57%	42%
Partager ou acheter à plusieurs des équipements	39%	35%	38%	41%	48%	40%
Ne plus utiliser l'avion pour partir en vacances ou en week-ends	27%	26%	36%	31%	30%	30%
Partager des espaces avec vos voisins	21%	24%	25%	27%	31%	25%
Arrêter totalement de manger de la viande	20%	18%	24%	23%	23%	22%
Ne plus posséder de voiture	12%	10%	20%	16%	17%	15%
Acheter une voiture à plusieurs	9%	9%	15%	16%	24%	14%

La disposition au changement selon le niveau de vie des ménages

Seriez-vous prêt(e) à adopter les pratiques suivantes ? - % « oui, plutôt » + « oui, tout à fait »

Q144 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 276 et n= 4000

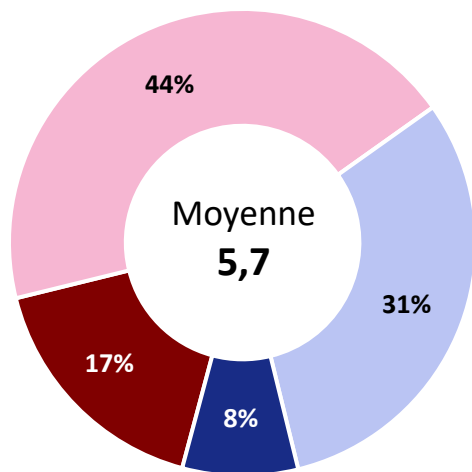
% « oui, plutôt » + « oui, tout à fait »	Moins de 1000€	Entre 1000€ et 1500€	Entre 1500€ et 2000€	Entre 2000€ et 2500€	Plus de 2500€	Ensemble
Tout faire pour conserver et utiliser votre téléphone portable au moins 4 ans	75%	81%	84%	86%	75%	80%
Habiter dans un logement plus petit	74%	80%	85%	79%	74%	79%
Acheter moins de vêtements	67%	73%	74%	76%	74%	72%
Couper ou baisser le chauffage la nuit ou quand votre logement est inoccupé	69%	71%	72%	80%	78%	72%
Réparer ou faire réparer vos produits	56%	67%	65%	67%	72%	65%
Privilégier l'achat de produits d'occasion à la place de produits neufs une voiture à plusieurs	66%	63%	63%	63%	61%	62%
Ne plus regarder de films ou de séries via votre réseau mobile	58%	55%	59%	58%	57%	59%
Réduire la vitesse de vos déplacements sur route	55%	65%	54%	61%	56%	58%
Chauffer votre logement à une température qui n'excède pas 19°C	60%	57%	58%	62%	55%	58%
Vous déplacer dans un véhicule plus petit	38%	53%	49%	52%	55%	49%
Acheter vos smartphones d'occasion ou reconditionnés	44%	52%	53%	47%	44%	48%
Ne plus consommer du tout de fruits exotiques	47%	48%	48%	48%	52%	47%
Ne posséder qu'une seule voiture	48%	42%	40%	45%	46%	44%
Vous déplacer principalement à vélo, à pied ou en transports collectifs	44%	42%	45%	47%	43%	43%
Ne pas manger de viande plus de 2 fois par semaine	43%	48%	37%	42%	37%	42%
Remplacer la voiture par le train lorsque vous partez en vacances ou en week-ends	46%	42%	40%	42%	43%	42%
Partager ou acheter à plusieurs des équipements	37%	39%	42%	43%	46%	40%
Ne plus utiliser l'avion pour partir en vacances ou en week-ends	36%	31%	34%	26%	24%	30%
Partager des espaces avec vos voisins	29%	27%	24%	25%	25%	25%
Arrêter totalement de manger de la viande	26%	22%	23%	18%	17%	22%
Ne plus posséder de voiture	18%	18%	13%	11%	15%	15%
Acheter une voiture à plusieurs	19%	14%	13%	12%	15%	14%

Score de disposition au changement

Score de disposition au changement

Mesuré à partir de Q144 - Base totale, n=4000

Peu
disposés au
changement
61%

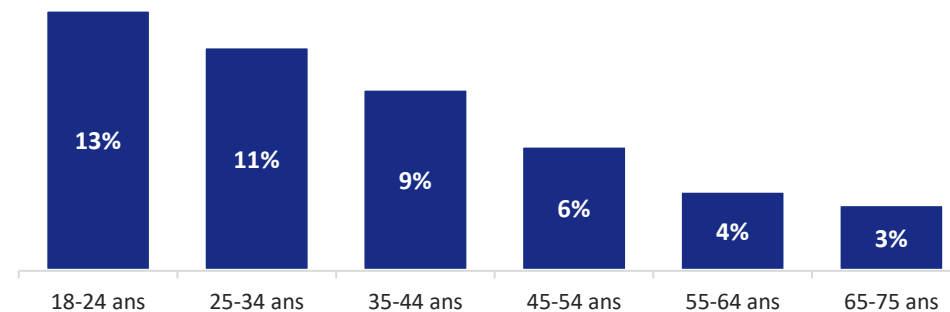


Plutôt
disposés au
changement
39%

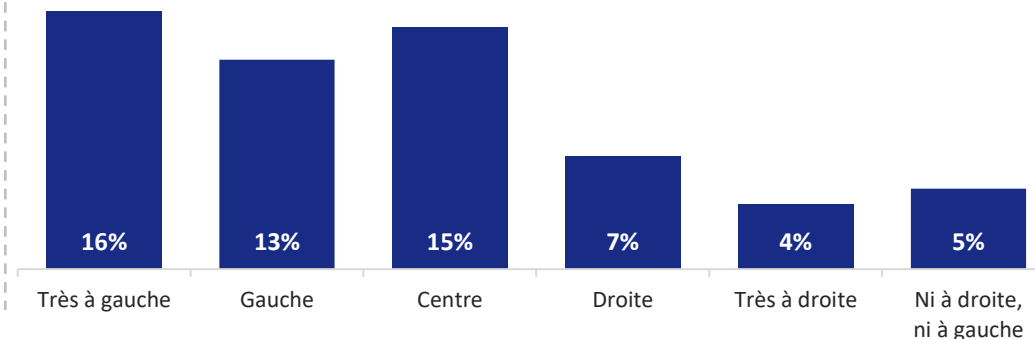
Chaque disposition à adopter une pratique (oui, plutôt OU oui, tout à fait) est comptabilisée d'1 point. Le score global représente le nombre de pratiques pour lesquelles les répondants sont prêts à modifier leurs habitudes, parmi les 24 pratiques interrogées.

- Très faible disposition au changement (moins de 3 pratiques)
- Faible disposition au changement (disposés à modifier entre 3 et 6 pratiques)
- Forte disposition au changement (disposés à modifier entre 7 et 10 pratiques)
- Très forte disposition au changement (disposés à modifier plus de 10 pratiques)

« Très forte disposition » selon l'âge



« Très forte disposition » selon la sensibilité politique

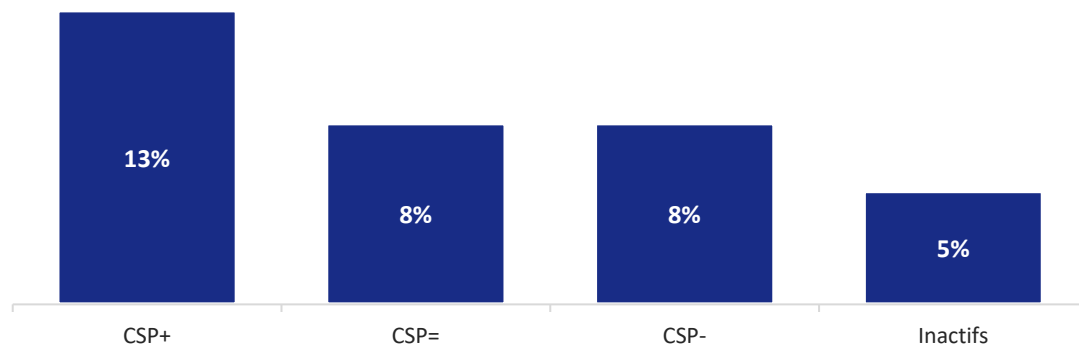


Une disposition au changement plus grande chez les urbains, diplômés, aisés

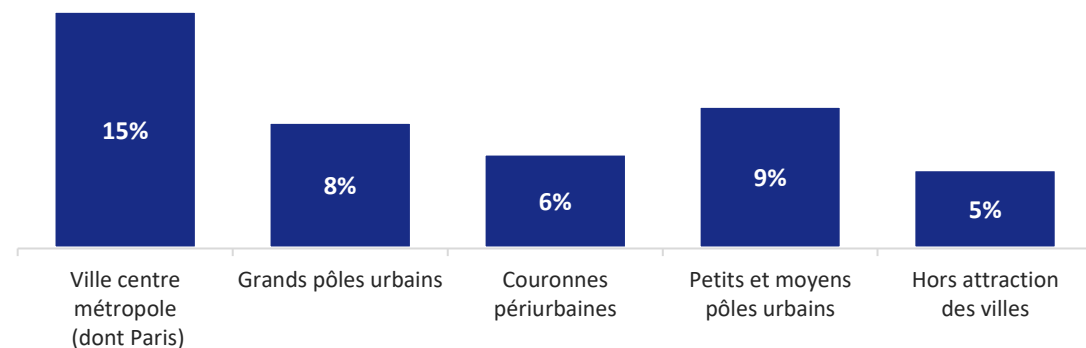
Score de disposition au changement

Mesuré à partir de Q144 - Base totale, n=4000

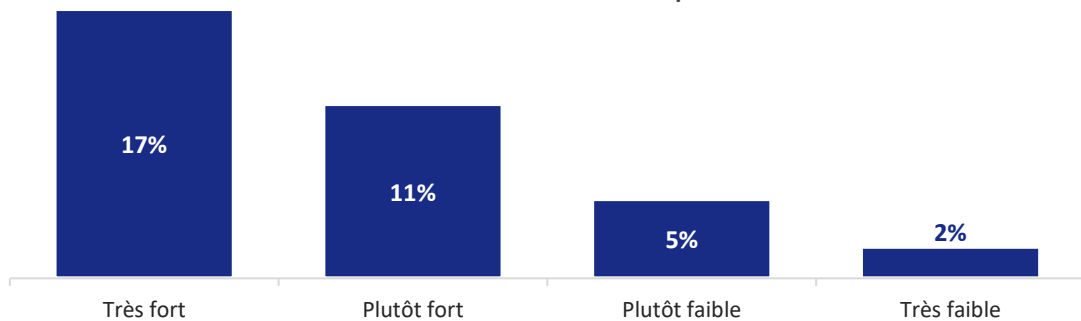
« Très forte disposition » selon la CSP



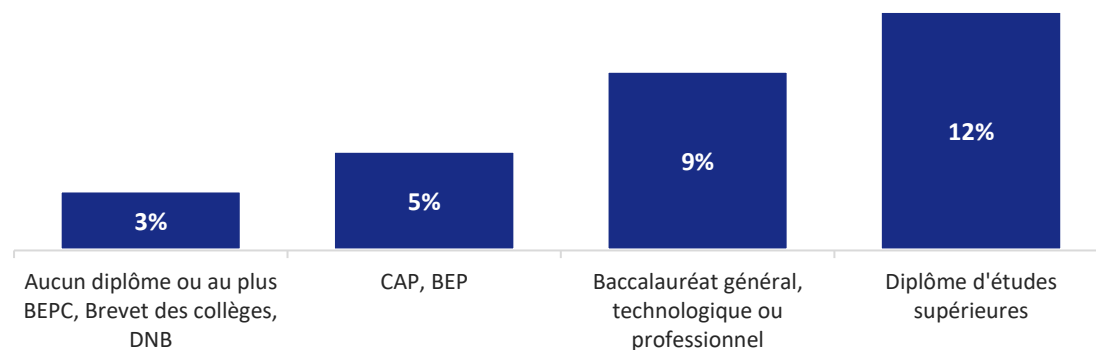
« Très forte disposition » selon le type de territoire



« Très forte disposition » selon l'évaluation de l'impact de son mode de vie sur la planète



« Très forte disposition » selon le niveau de diplôme



Les leviers du changement

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous inciteraient à...

Q145 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 928 et n= 4000

% Sélectionné	Réduire votre usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien n= 2681	Réduire vos déplacements en avion n= 928	Réduire votre consommation de viande n= 3115	Réduire vos achats de vêtements n= 4000
Une augmentation de son coût	19%*	27%	28%**	23%
Des alternatives de meilleure qualité	33%	38%	20%	21%
Des alternatives moins chères	33%	40%	17%	22%
Une réduction de vos besoins	29%	16%	18%	32%
Des restrictions sur son usage / sa consommation	8%	8%	10%	-
Le soutien ou l'acceptation de l'entourage	2%	3%	3%	3%
Autre	3%	2%	2%	3%
Rien ne vous fera réduire votre usage/consommation	29%	27%	36%	26%

Guide de lecture : * 19 % des personnes qui prennent la voiture tous les jours déclarent qu'une augmentation de son coût les pousserait à moins l'utiliser.

** L'augmentation du coût de la viande inciterait 28 % de ceux qui en mangent régulièrement (plusieurs fois par semaine) à en réduire la consommation.

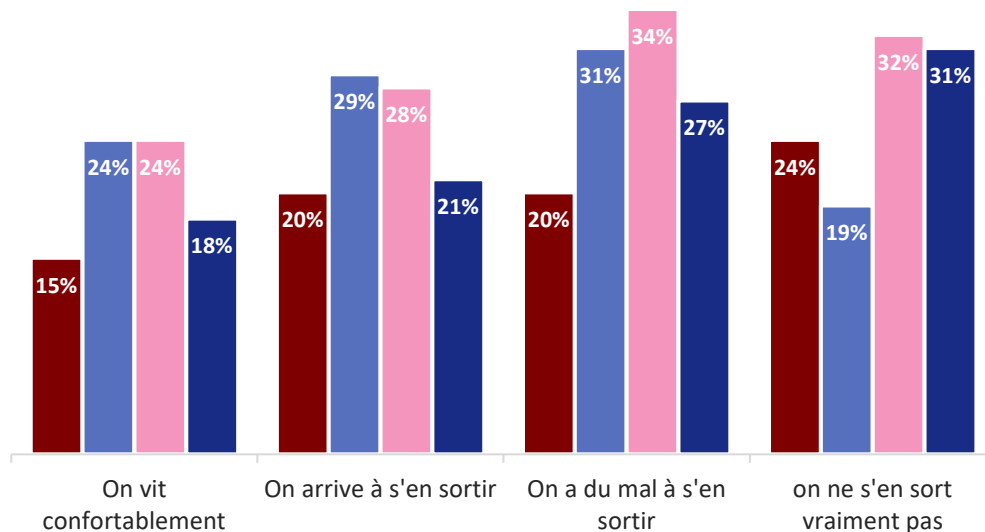
L'augmentation du coût un levier pour ~1/4 des personnes et davantage à mesure que la contrainte budgétaire se fait ressentir

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous inciteraient à...

Q145 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 928 et n= 4000

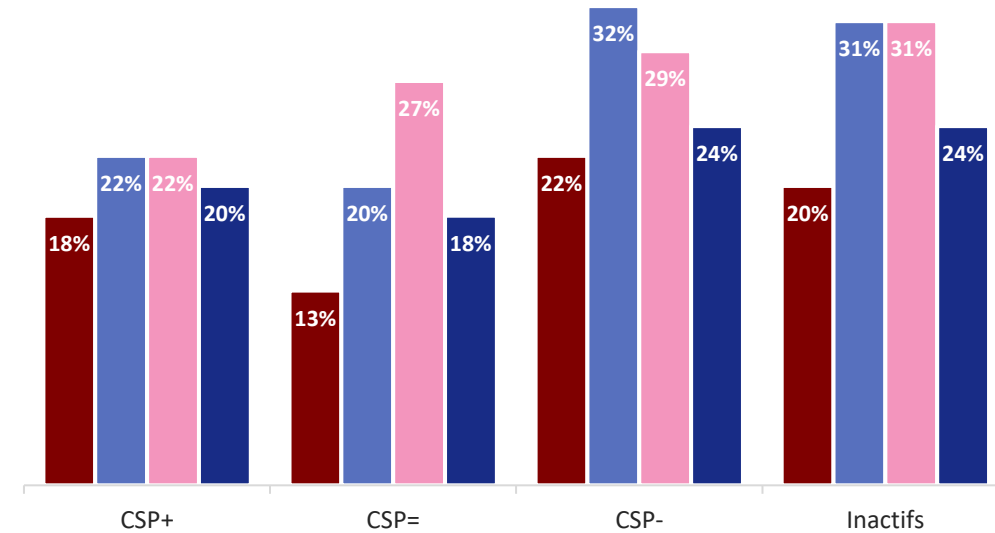
% pour qui « Une augmentation de son coût » inciterait à ...

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



% pour qui « Une augmentation de son coût » inciterait à ...

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



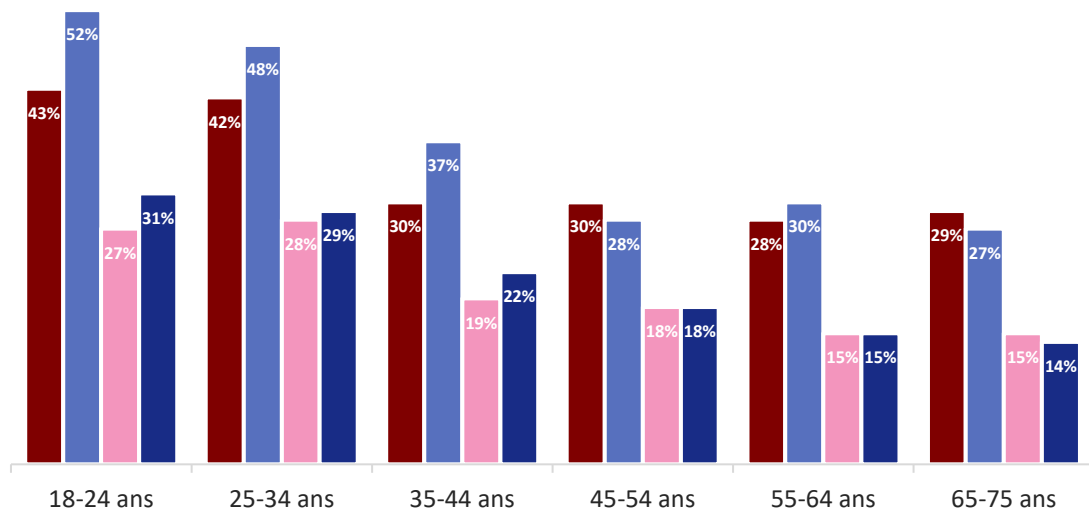
Des alternatives de meilleure qualité inciteraient davantage les jeunes et les foyers au niveau de vie aisé à adopter des comportements plus sobres

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous inciteraient à...

Q145 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 928 et n= 4000

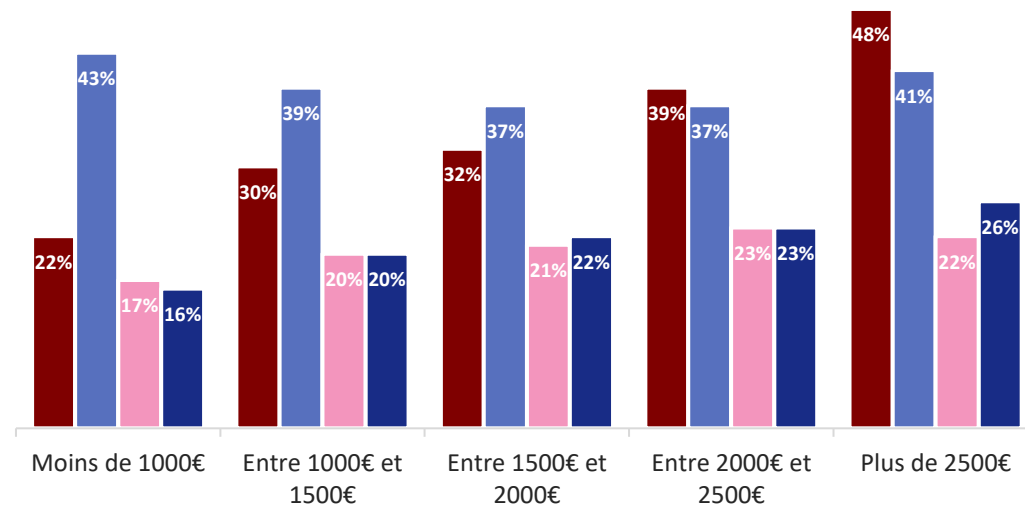
% pour qui « des alternatives de meilleure qualité » inciterait à ...

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



% pour qui « des alternatives de meilleure qualité » inciterait à ...

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



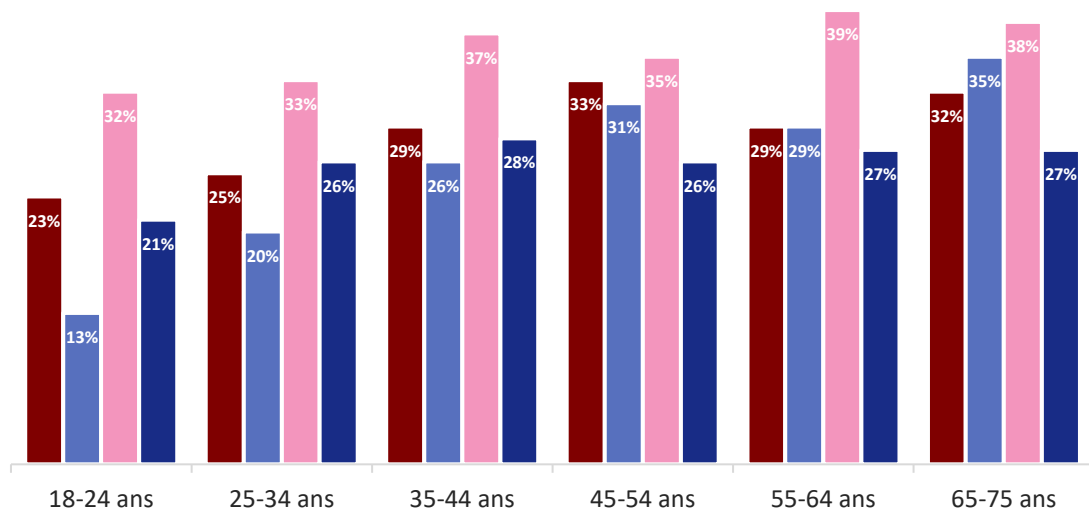
Une résistance au changement qui transparait chez les plus âgés et en dehors des villes

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous inciteraient à...

Q145 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 928 et n= 4000

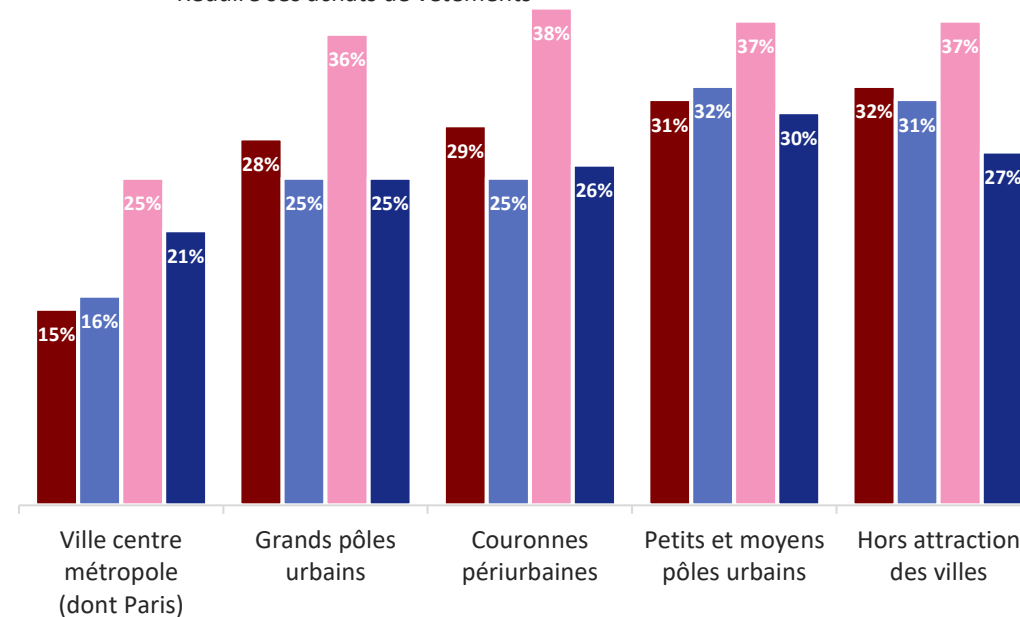
% pour qui « Rien ne leur fera réduire leur usage/consommation »

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



% pour qui « Rien ne leur fera réduire leur usage/consommation »

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



Guide de lecture : 23 % des jeunes de 18 -24 ans déclarent que rien ne pourrait les inciter à réduire l'usage de leur voiture au quotidien. Ils sont 32 % chez les 65-75 ans.

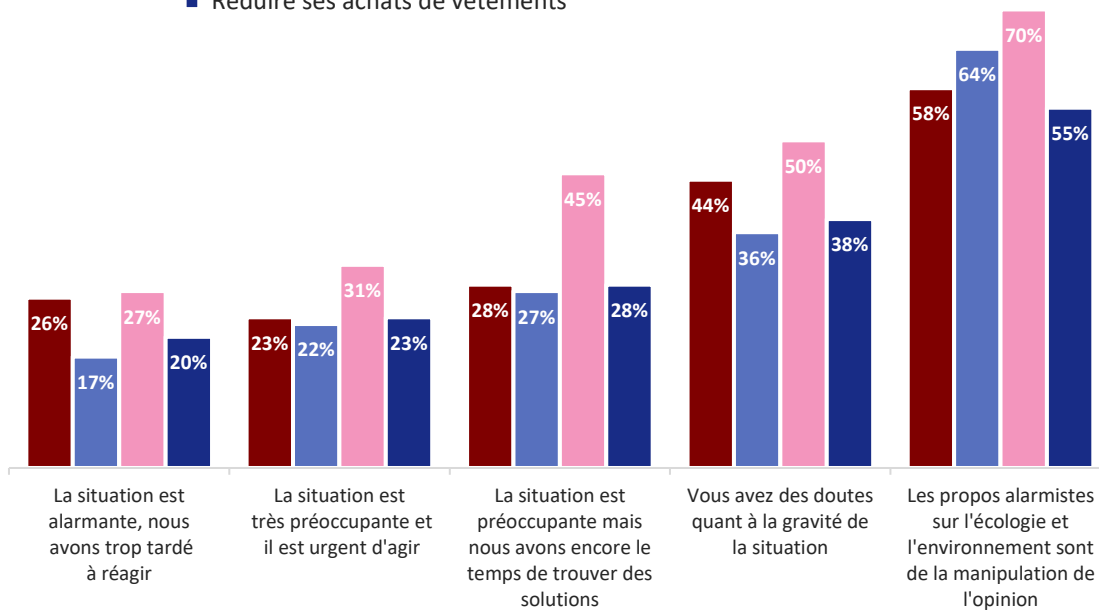
Une résistance au changement qui est aussi (et surtout) à rattacher à une sensibilité politique et écologique

Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui vous inciteraient à...

Q145 - Bases multiples, ceux qui ne le font pas déjà, effectifs entre n= 928 et n= 4000

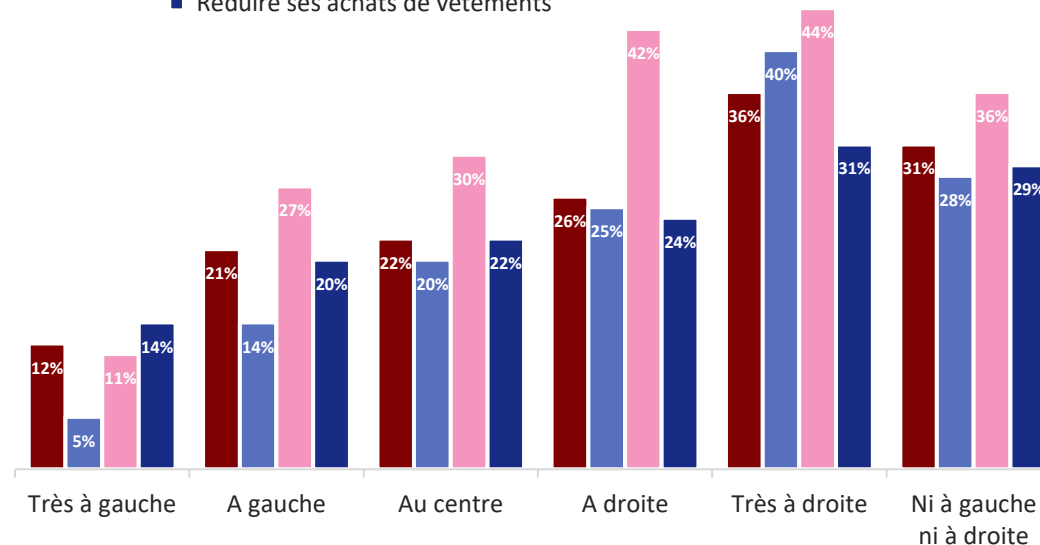
% pour qui « Rien ne leur fera réduire leur usage/consommation »

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



% pour qui « Rien ne leur fera réduire leur usage/consommation »

- Réduire son usage de la voiture pour vos déplacements du quotidien
- Réduire ses déplacements en avion
- Réduire sa consommation de viande
- Réduire ses achats de vêtements



L'engagement citoyen et politique en matière de sobriété

Pouvez-vous nous dire si vous faites, avez fait ou envisagez de faire les actions suivantes ?

Q146 - Base : totale, n = 2000

Vous ne savez pas

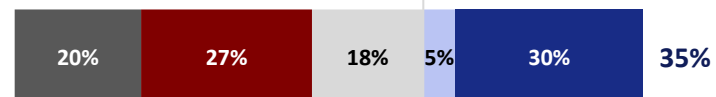
Ça ne vous intéresse pas

Vous envisagez de le faire

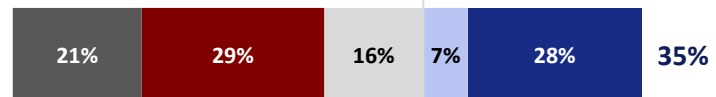
Vous l'avez fait, mais ne le faites plus

Vous le faites actuellement

Refuser d'acheter certaines marques ou sur certaines plateformes pour des raisons éthiques ou écologiques



Sensibiliser votre entourage pour qu'il adopte des pratiques plus sobres (économies d'énergie, consommation de biens, modes de déplacement, etc.)



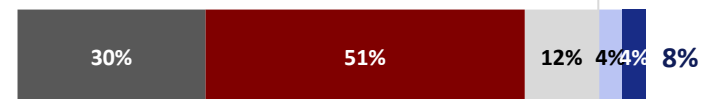
S'impliquer dans la transformation écologique de votre entreprise



S'investir dans des associations engagées pour la défense de l'environnement, la promotion du vélo, la lutte contre le gaspillage, l'obsolescence programmée, etc.



S'investir dans une structure collaborative (repair café, eco-lieux, AMAP, coopérative énergétique, etc.),

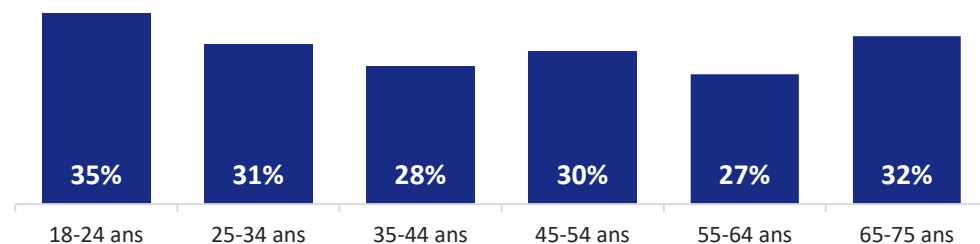


La pratique du Boycott citoyen : relativement commune à toutes les tranches d'âge, mais plus marquée au sein des profils aisés, diplômés et urbains

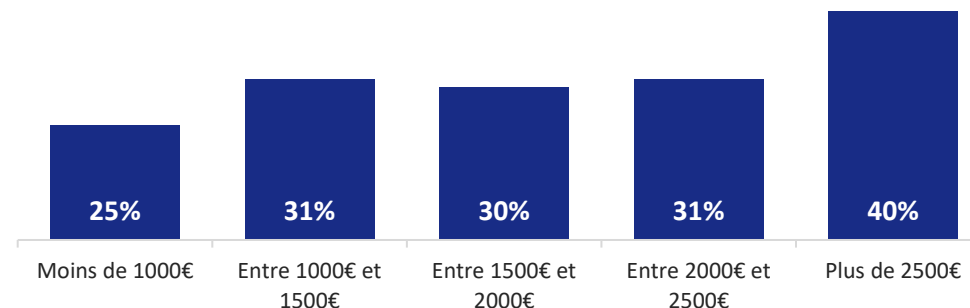
% Pratiquent le Boycott (Refusent d'acheter certaines marques ou sur certaines plateformes pour des raisons éthiques ou écologiques)

Q146 - Base : totale, n = 2000

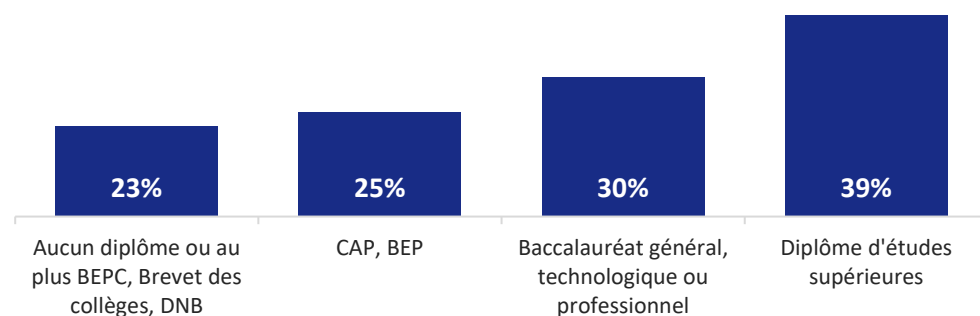
%Pratiquent le Boycott selon l'âge



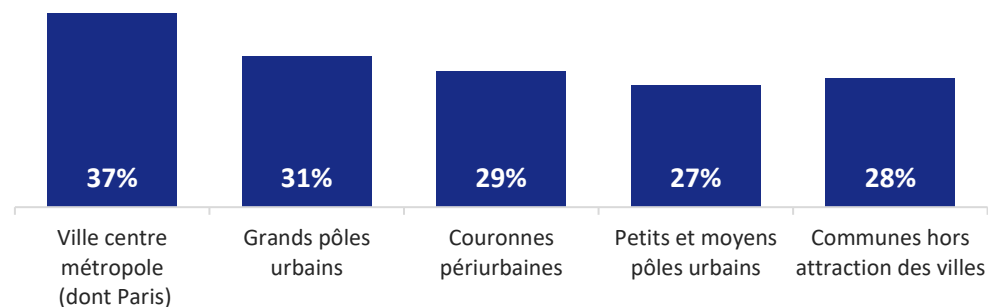
%Pratiquent le Boycott selon le niveau de vie (revenus mensuels nets par UC)



%Pratiquent le Boycott selon le niveau de diplôme



%Pratiquent le Boycott selon le type de territoire



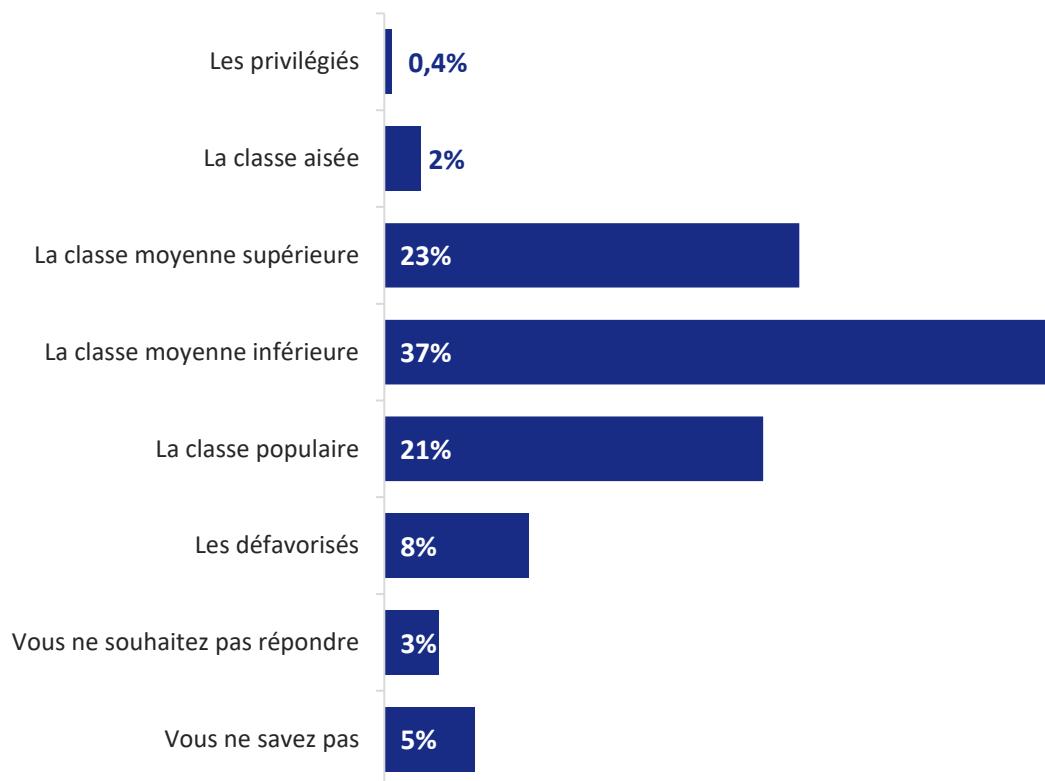
Sentiment d'appartenance et son impact sur le rapport à la sobriété



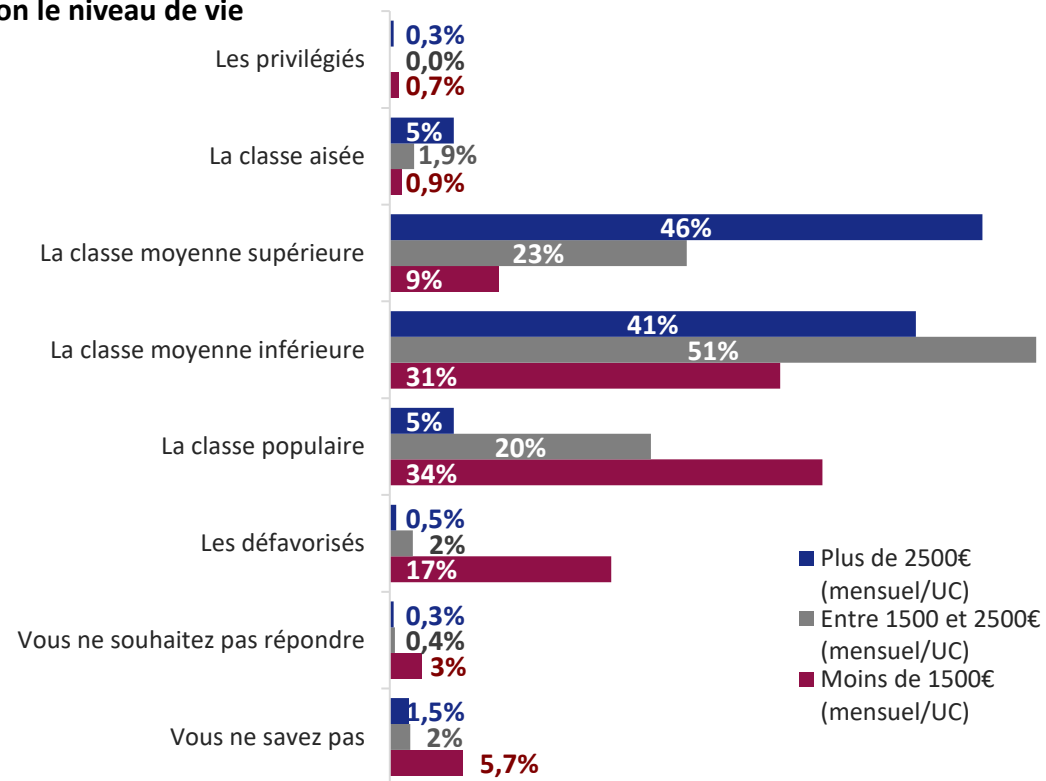
Le sentiment d'appartenir à une classe

À laquelle des catégories suivantes avez-vous le sentiment d'appartenir ?

Q159 - Base totale, n = 4000



Selon le niveau de vie

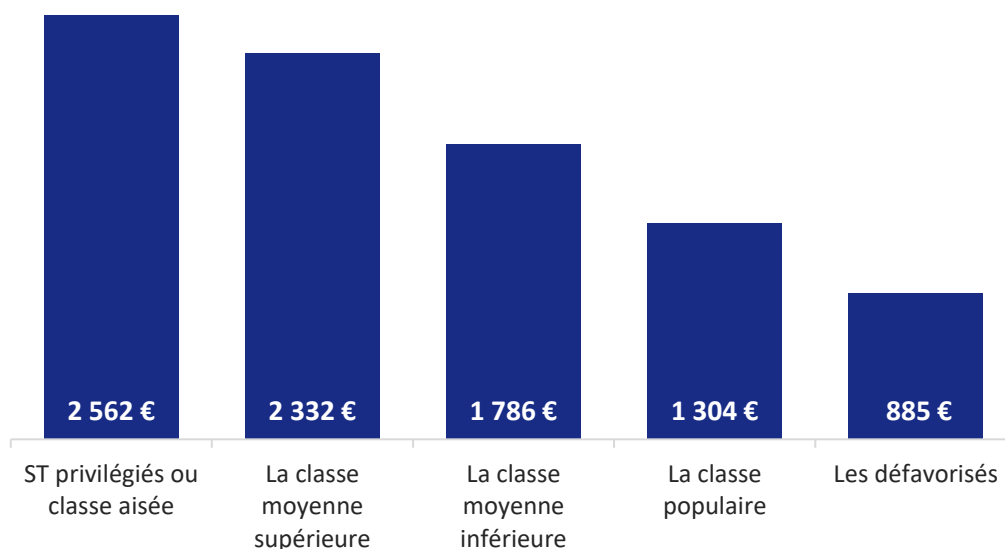


Niveau de vie et rapport au pouvoir d'achat selon le groupe social auquel on s'identifie

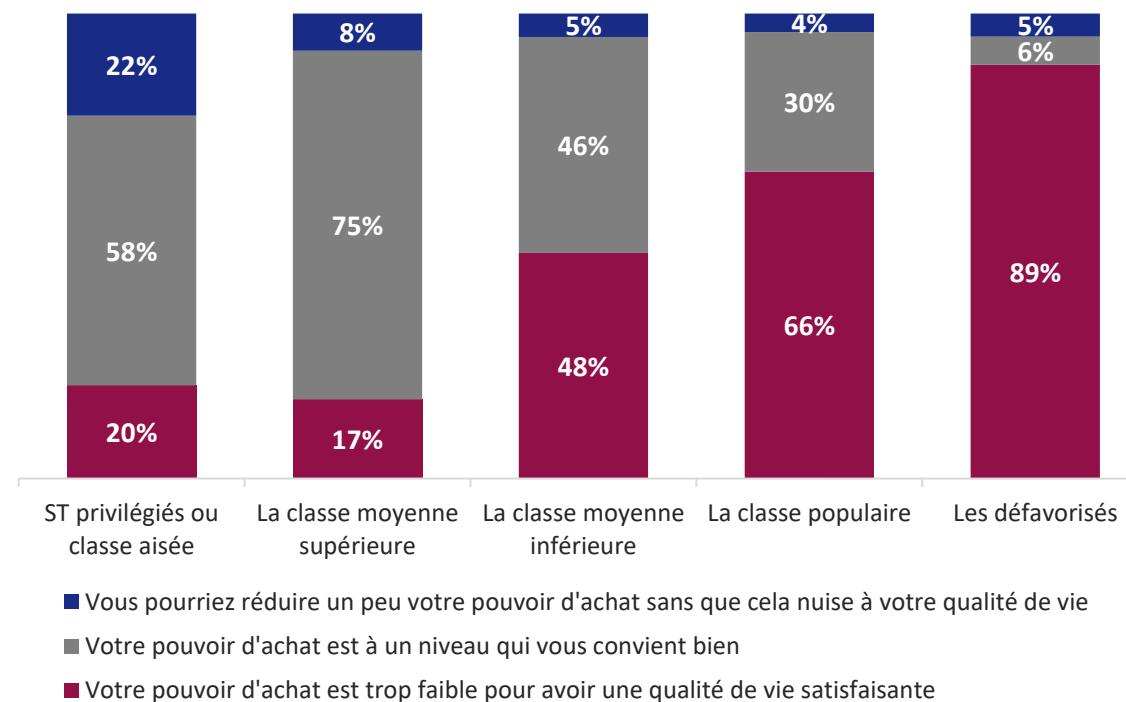
À laquelle des catégories suivantes avez-vous le sentiment d'appartenir ?

Q159 - Base totale, n = 4000

Niveau de vie (revenus mensuels nets par unité de consommation)
selon le groupe d'appartenance



Rapport à son pouvoir d'achat (réponse à la Q125)
selon le groupe d'appartenance

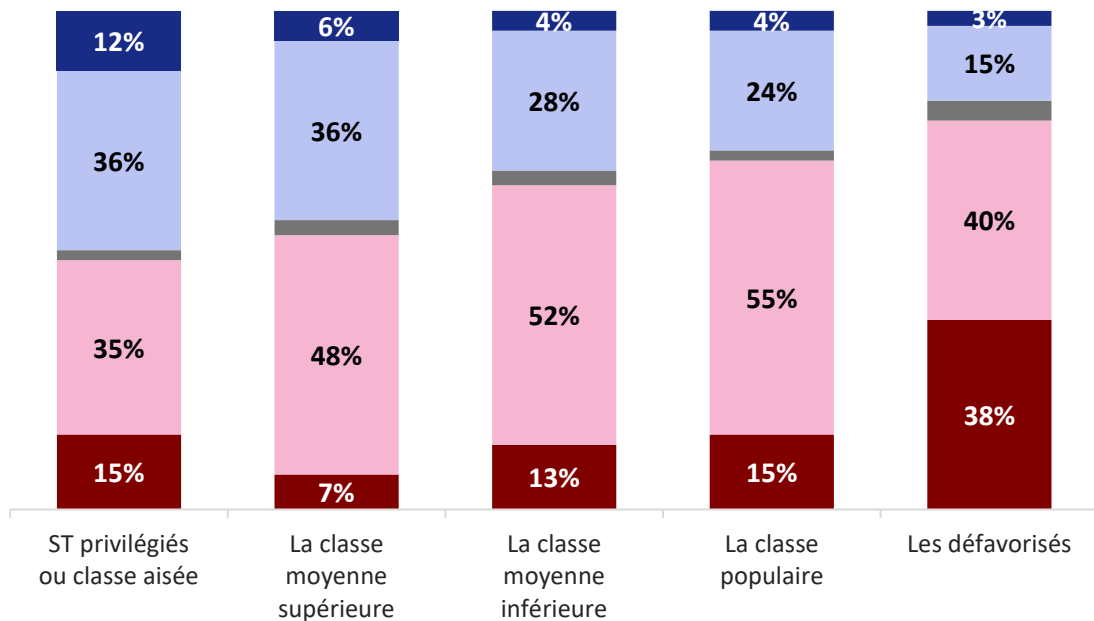


Perception de son niveau de consommation et capacité à consommer moins selon le groupe

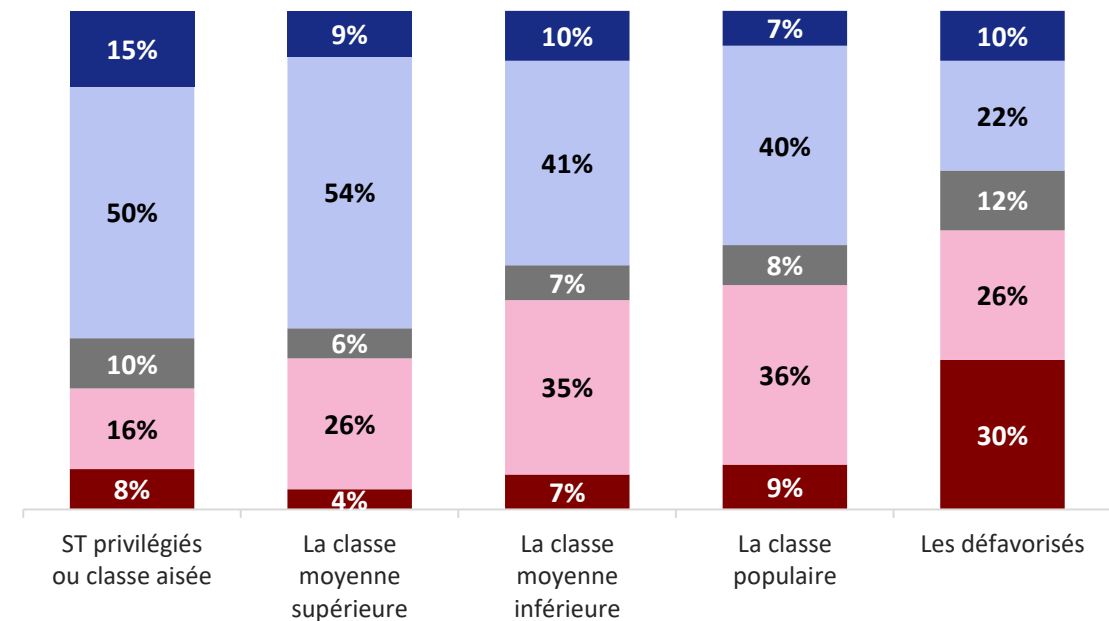
À laquelle des catégories suivantes avez-vous le sentiment d'appartenir ?

Q159 - Base totale, n = 4000

Q132 – Vous personnellement diriez-vous que vous consommez trop ?
selon le groupe d'appartenance



Q135 - Et dans votre situation actuelle, pensez-vous que vous pourriez consommer moins ?
selon le groupe d'appartenance



■ Oui tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Sans opinion ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout

■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Sans opinion ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout

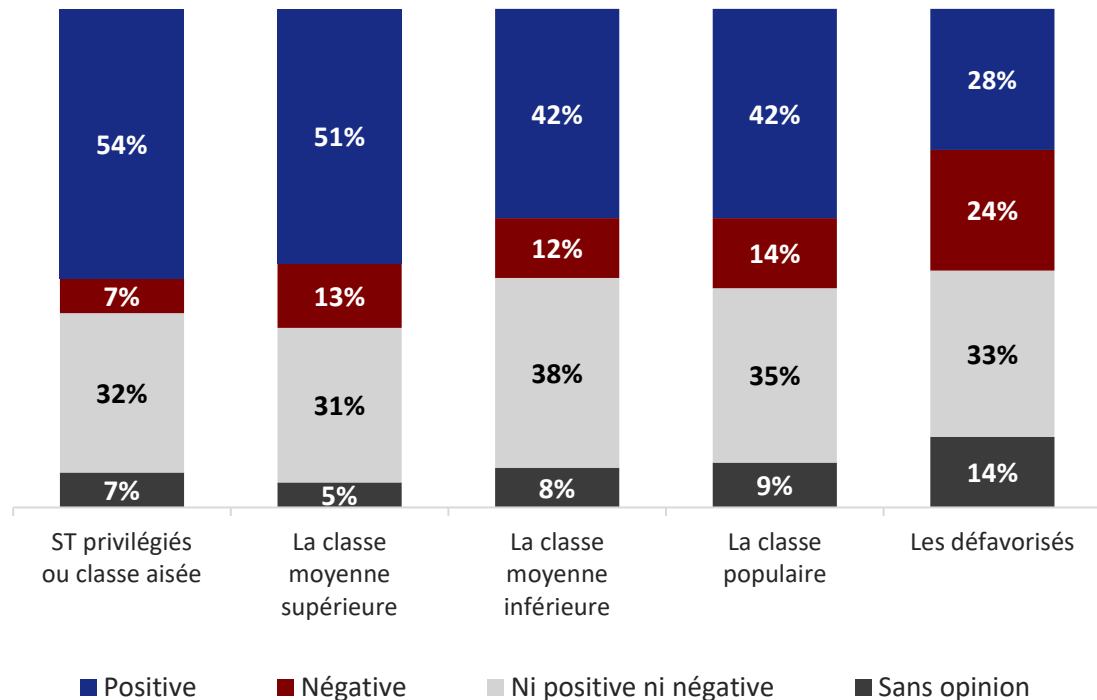
(Effectifs : ST privilégiés ou aisés, n1=106 / Classe moyenne supérieure, n2=937 / Classe moyenne inférieure, n3=1509 / Classe populaire, n4= 816 / Les défavorisés, n5=316)

Perception du concept de sobriété et perception de son niveau de sobriété personnel

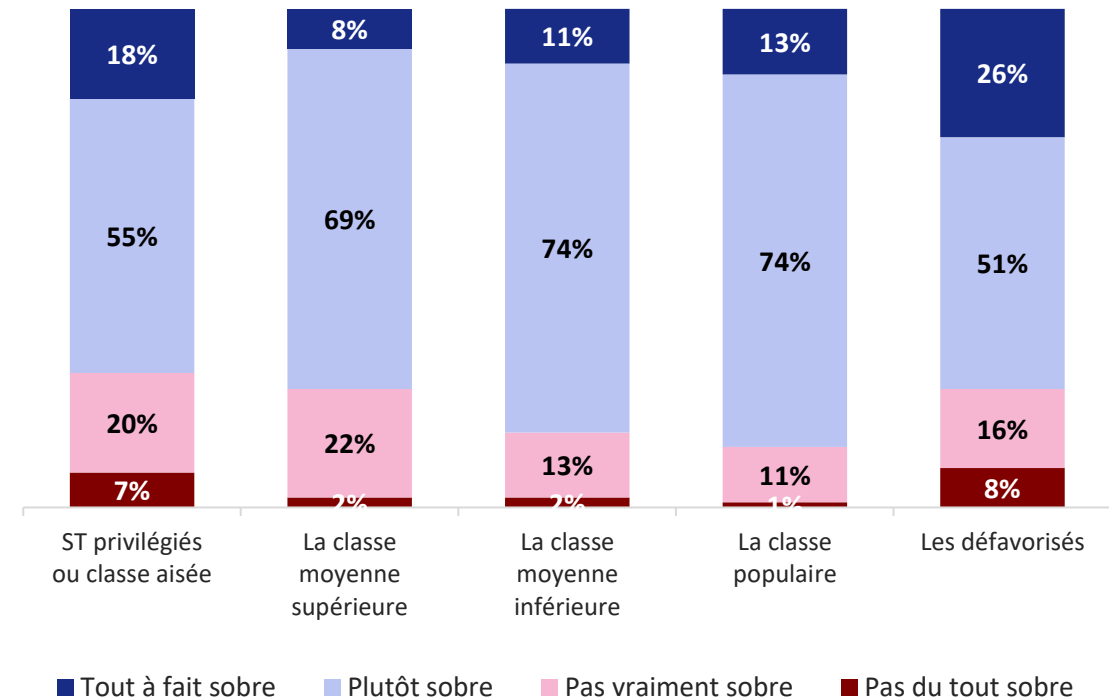
À laquelle des catégories suivantes avez-vous le sentiment d'appartenir ?

Q159 - Base totale, n = 4000

Q138 - La notion de « sobriété » est-elle pour vous plutôt positive ou plutôt négative ?
selon le groupe d'appartenance



Q139 - Si vous deviez qualifier votre mode de vie actuel, vous diriez qu'il est...
selon le groupe d'appartenance



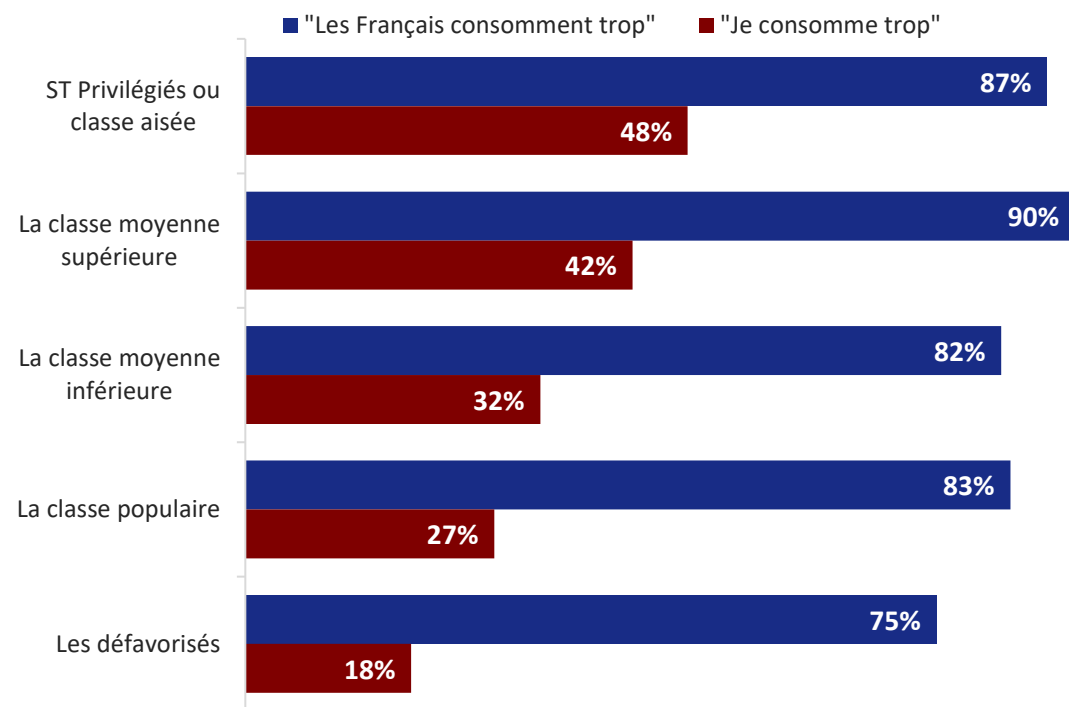
(Effectifs : ST privilégiés ou aisés, n1=106 / Classe moyenne supérieure, n2=937 / Classe moyenne inférieure, n3=1509 / Classe populaire, n4= 816 / Les défavorisés, n5=316)

Évaluation de sa consommation au regard de celle des autres selon les groupes

À laquelle des catégories suivantes avez-vous le sentiment d'appartenir ?

Q159 - Base totale, n = 4000 | Sous-total : « Oui, tout à fait » + « Oui, plutôt »

Q131 - Diriez-vous qu'aujourd'hui, en France, les gens consomment trop ? & Q132 - Et vous personnellement, diriez-vous que vous consommez trop ?
selon le groupe d'appartenance



Des pratiques différentes selon les groupes

	ST privilégiés ou classe aisée	La classe moyenne supérieure	La classe moyenne inférieure	La classe populaire	Les défavorisés	% parmi l'ensemble de la population
Usage de l'automobile						
Utilisent la voiture tous les jours par choix	12%	20%	17%	13%	14%	17%
Utilisent la voiture tous les jours par contrainte	19%	28%	29%	25%	20%	27%
Utilisent la voiture minimum une fois par semaine	39%	33%	32%	33%	24%	31%
Utilisent la voiture moins souvent	1%	3%	4%	4%	4%	4%
Possèdent une voiture, mais ne l'utilisent jamais	16%	8%	9%	10%	7%	9%
N'ont pas de voiture, mais aimeraient en avoir	3%	1%	3%	4%	16%	4%
N'ont pas de voiture	9%	6%	6%	10%	14%	8%
Usage des mobilités douces						
Se déplacent fréquemment à vélo ou à pied	75%	76%	72%	69%	69%	71%
Se déplacent rarement à vélo ou à pied	22%	19%	22%	27%	28%	24%
Ne se déplacent jamais à vélo ou à pied	3%	5%	6%	4%	4%	5%
Usage de l'avion						
N'ont pas pris l'avion par soucis environnemental	7%	7%	6%	4%	4%	5%
N'ont pas pris l'avion	31%	40%	43%	39%	24%	39%
N'ont pas pris l'avion, mais auraient aimé	8%	9%	10%	10%	9%	9%
Ne sont pas partis en vacances	12%	7%	17%	32%	53%	23%
Ont pris l'avion	42%	37%	23%	15%	10%	23%
Consommation de viande						
Limitent leur consommation de viande	39%	49%	53%	49%	55%	50%
Ne limitent pas leur consommation de viande	38%	42%	36%	40%	27%	37%
Consomment de la viande tous les jours	23%	9%	11%	11%	18%	12%

(Effectifs : ST privilégiés ou aisés, n1=106 / Classe moyenne supérieure, n2=937 / Classe moyenne inférieure, n3=1509 / Classe populaire, n4= 816 / Les défavorisés, n5=316)

Des pratiques différentes selon les groupes

	ST privilégiés ou classe aisée	La classe moyenne supérieure	La classe moyenne inférieure	La classe populaire	Les défavorisés	% parmi l'ensemble de la population
Fréquence de renouvellement de son téléphone						
Renouvellement du téléphone tous les 5 ans ou plus	39%	42%	45%	52%	53%	46%
Renouvellement du téléphone tous les 3 à 4 ans	45%	45%	44%	37%	28%	41%
Renouvellement du téléphone tous les 2 ans ou moins	16%	12%	10%	10%	18%	12%
Pas de smartphone	0%	1%	0%	1%	2%	1%
Usage systématique du chauffage						
S'habillent plus chaudement avant de monter le chauffage	79%	82%	85%	86%	84%	84%
Augmentent le chauffage en maintenant la température au maximum à 19°C	8%	7%	5%	7%	8%	7%
Augmentent le chauffage au-delà de 19°C	13%	11%	10%	7%	9%	9%
Usage systématique de la climatisation						
Ne disposent pas de la climatisation	47%	53%	55%	55%	46%	54%
Ne disposent pas de la climatisation, mais aimeraient	18%	19%	19%	25%	35%	22%
N'utilisent peu voire jamais la climatisation	16%	12%	11%	8%	5%	10%
Utilisent régulièrement la climatisation	18%	16%	14%	13%	13%	14%
Usage de la seconde main						
Privilégient la seconde main	48%	44%	44%	41%	38%	42%
Privilégient la seconde main, mais aimeraient acheter neuf	6%	8%	8%	7%	11%	8%
Privilégient le neuf	46%	48%	48%	52%	51%	50%

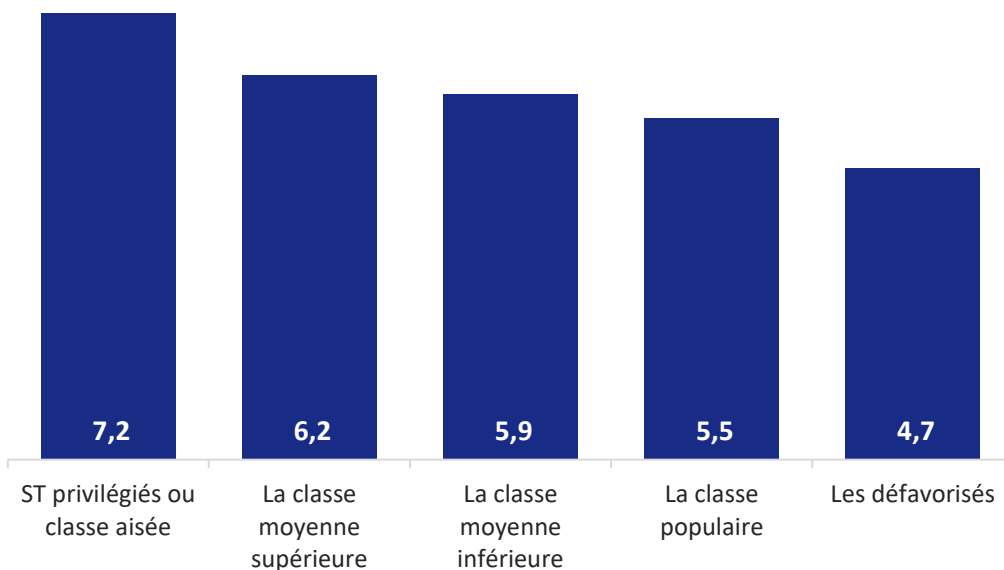
(Effectifs : ST privilégiés ou aisés, n1=106 / Classe moyenne supérieure, n2=937 / Classe moyenne inférieure, n3=1509 / Classe populaire, n4= 816 / Les défavorisés, n5=316)

Disposition au changement selon le groupe d'appartenance

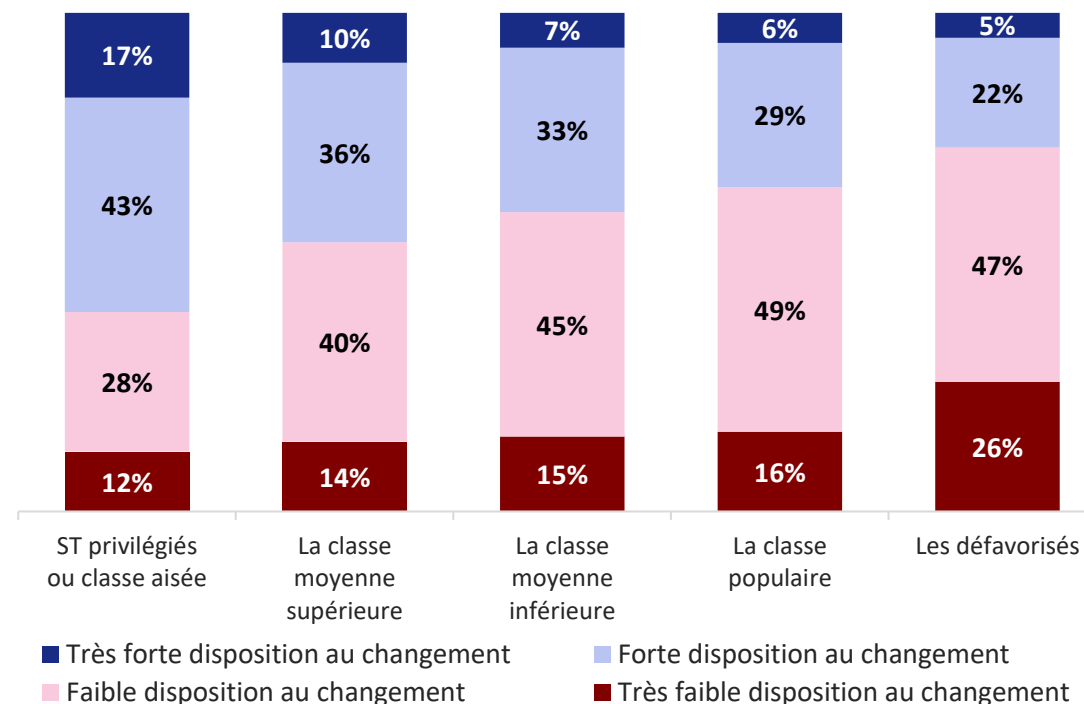
À laquelle des catégories suivantes avez-vous le sentiment d'appartenir ?

Q159 - Base totale, n = 4000

Moyenne score de disposition au changement (mesuré à partir de Q144)
selon le groupe d'appartenance



Score de disposition au changement (mesuré à partir de Q144)
selon le groupe d'appartenance



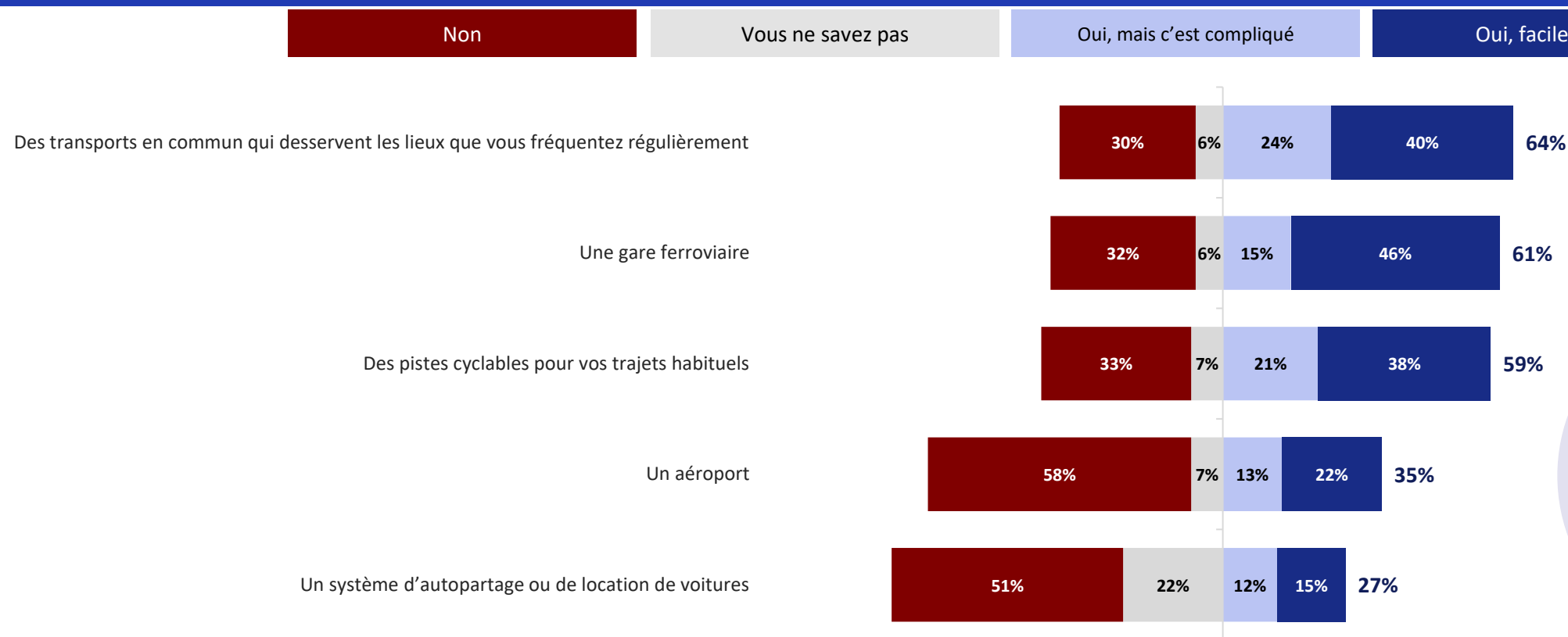
Contraintes d'accès à l'offre d'alternatives et leurs impacts sur le rapport à la sobriété



Contraintes d'accès à l'offre : la mobilité

Dans votre environnement quotidien (quartier, commune), avez-vous accès aux services et infrastructures suivants ?

Q146 - Base : totale, n = 2000



% Ont accès à au moins
une alternative à la
voiture personnelle
(hors aéroport)

81%

Score d'accès (sur 4)

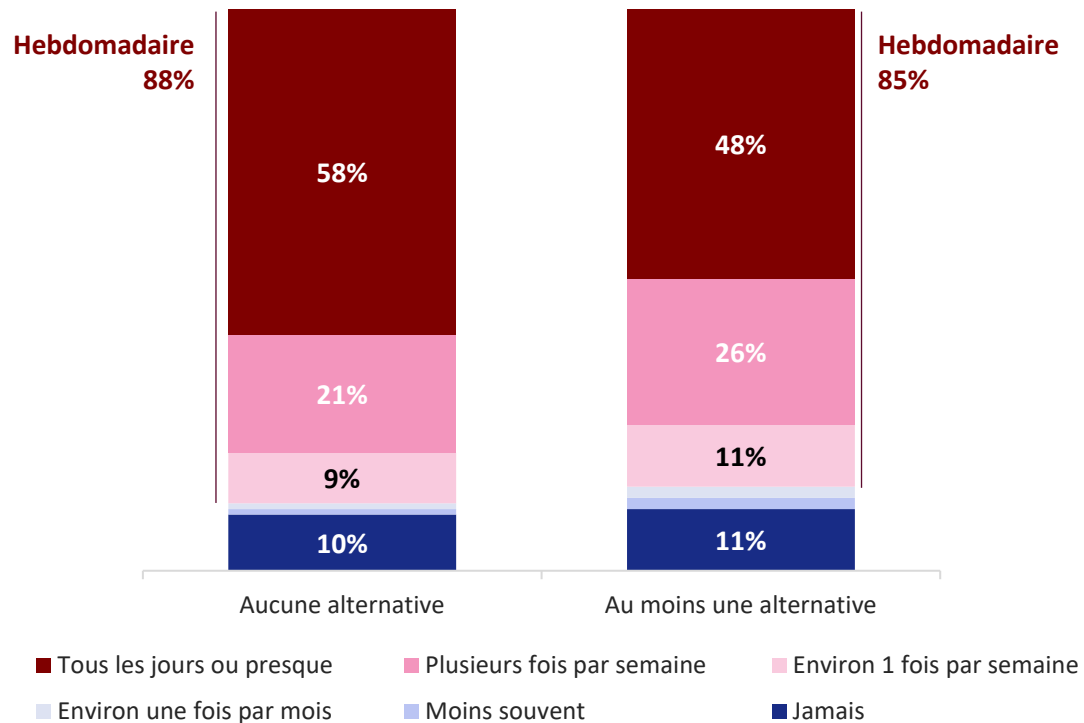
1,8

Contraintes d'accès à l'offre qui pèsent sur la mobilité favorisent la voiture au détriment de la marche

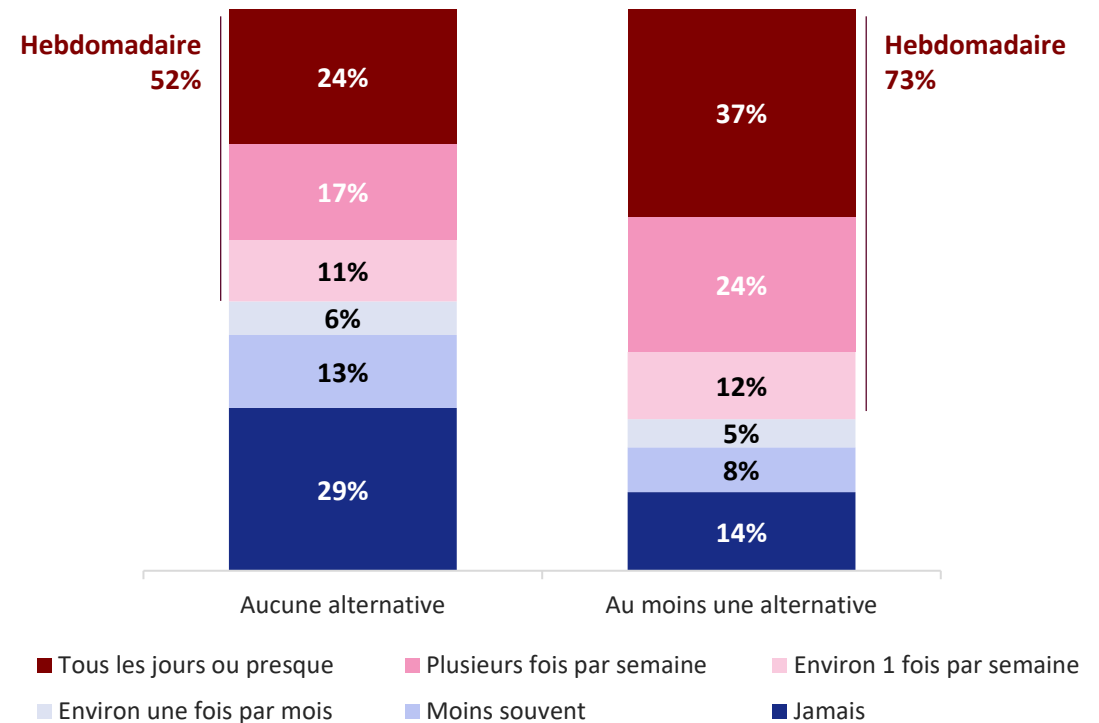
Dans votre environnement quotidien (quartier, commune), avez-vous accès aux services et infrastructures suivants ?

Q146 - Base : totale, n = 2000

Q18- Fréquence d'utilisation de son véhicule automobile selon l'accès à une alternative de mobilité



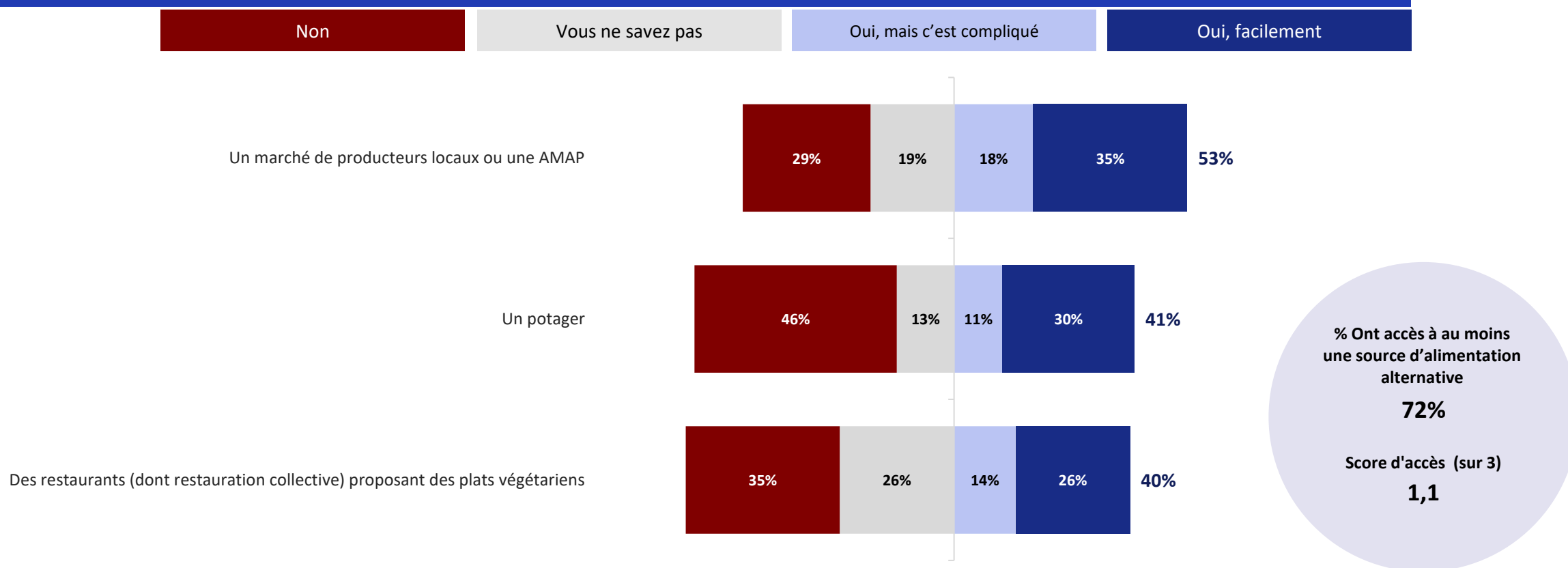
Q18- Fréquence d'utilisation de la marche selon le groupe d'appartenance



Contraintes d'accès à l'offre : l'alimentation durable

Dans votre environnement quotidien (quartier, commune), avez-vous accès aux services et infrastructures suivants ?

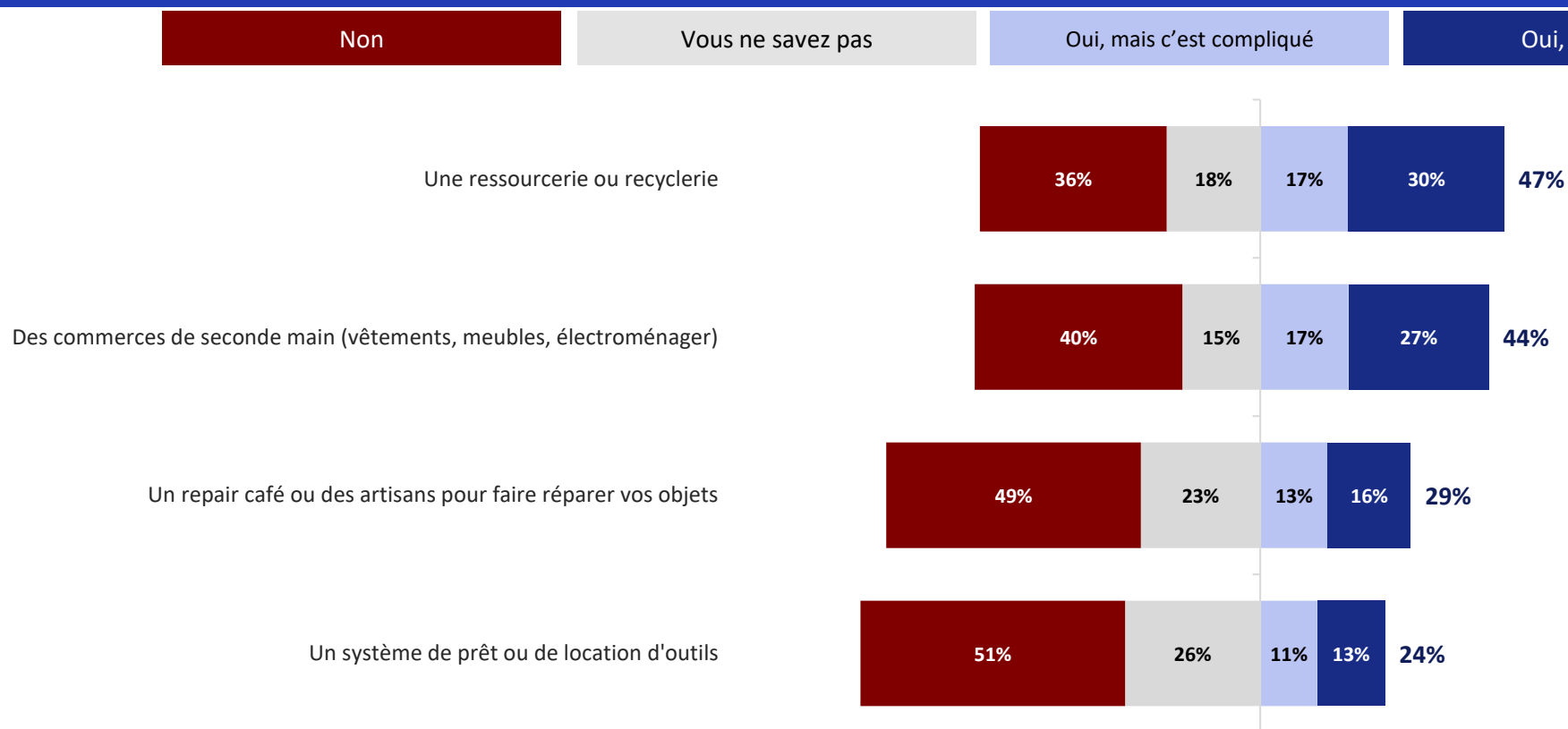
Q146 - Base : totale, n = 2000



Contraintes d'accès à l'offre : l'économie circulaire

Dans votre environnement quotidien (quartier, commune), avez-vous accès aux services et infrastructures suivants ?

Q146 - Base : totale, n = 2000



% Ont accès à au moins
un lieu dédié à
l'économie circulaire
65%

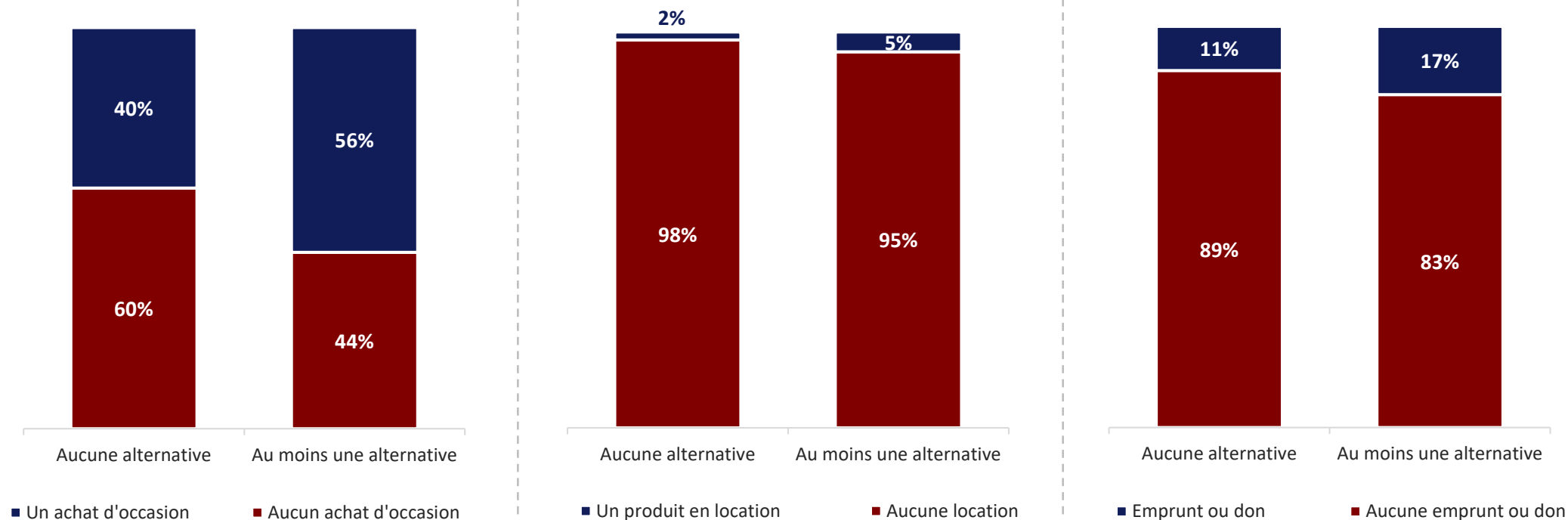
Score d'accès (sur 4)
1,1

Les individus ayant accès à au moins un lieu favorisant l'économie circulaire se tournent plus favorablement vers l'achat de seconde main ou la location et le don

Dans votre environnement quotidien (quartier, commune), avez-vous accès aux services et infrastructures suivants ?

Q146 - Base : totale, n = 2000

Q97- Au moins un achat d'occasion, en location ou emprunt/don
selon l'accès à une alternative d'économie circulaire





Modèle de société et politiques publiques

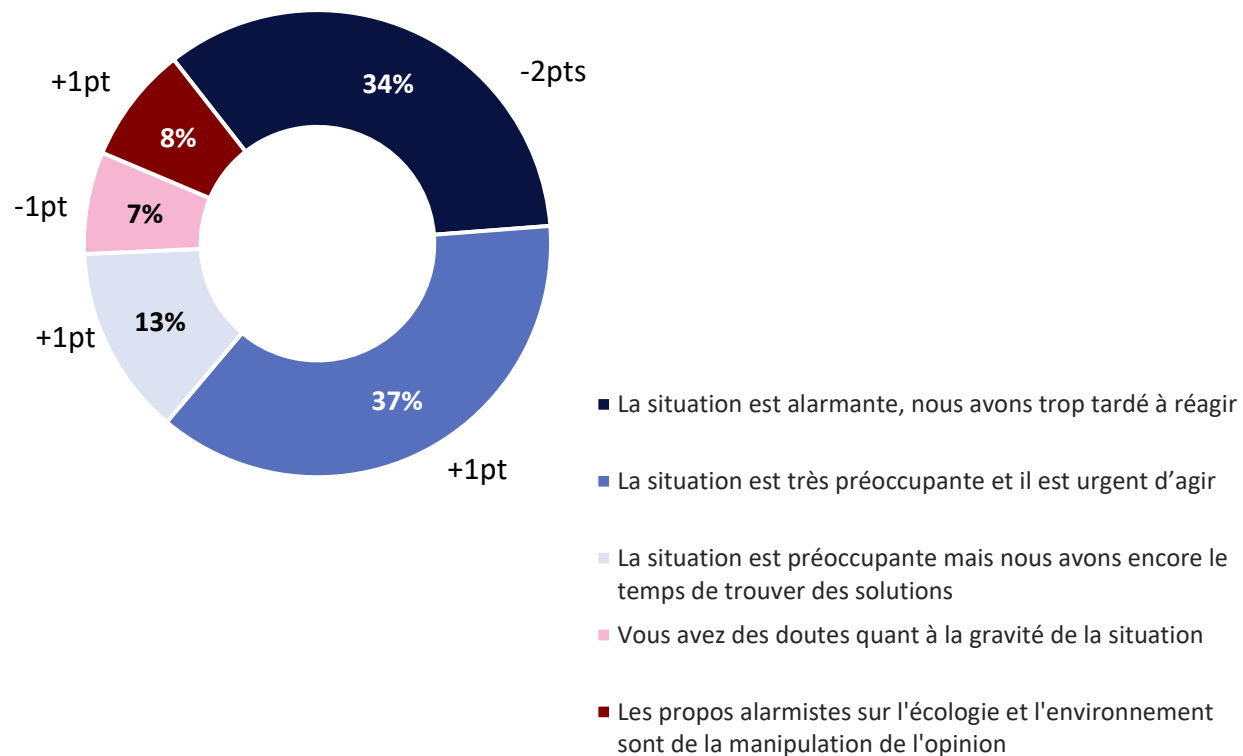
Modèles de société et politiques publiques – À retenir

- Un consensus fort existe sur l'urgence environnementale, bien que les solutions à privilégier divisent selon les publics.
- Les mesures collectives de sobriété (limitation des nouvelles constructions, encadrement publicitaire, réduction de la vitesse, etc.) restent majoritairement perçues positivement, mais leur adhésion a baissé depuis 2023.
- Les Français associent les impacts positifs de ces mesures à l'environnement et à l'amélioration de leur qualité de vie (y compris sur leur santé)
- Les mesures symboliques de partage des responsabilités et de justice sociale en matière de sobriété sont les mesures considérées comme les plus souhaitables dans les années à venir : 68% des Français se montrent favorables à l'interdiction de l'usage des jets privés. Dans le même temps, 49% se disent favorable à une tarification progressive sur l'énergie, pour faire payer plus ceux qui consomment plus.
- 74 % des Français pensent que la trajectoire actuelle ne permettra pas de résoudre la crise environnementale d'ici 50 ans.
- La majorité estime que les citoyens agissent déjà pour réduire leur impact, davantage que l'État ou les grandes entreprises.
- L'État est vu comme l'acteur clé attendu pour accompagner et rendre possible la transition vers des modes de vie sobres.

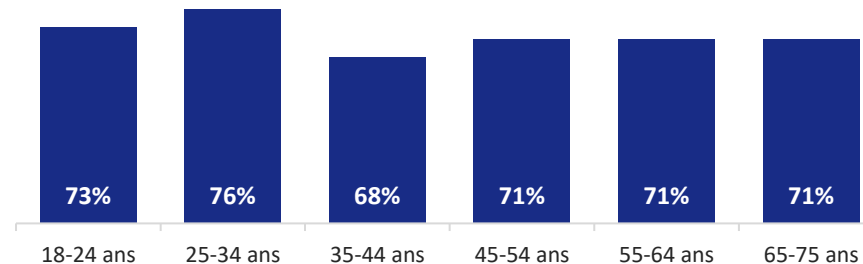
Un consensus sur l'urgence de la situation environnementale...

Concernant les questions environnementales (pollution, réchauffement climatique, épuisement des ressources naturelles, de la biodiversité...), quelle est la proposition qui correspond le mieux à ce que vous pensez ?

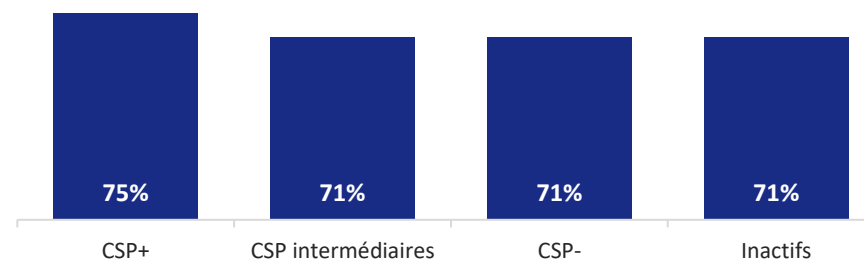
Q154 - Base totale, n=4000



Part considérant la situation alarmante ou très préoccupante selon l'âge



Part considérant la situation alarmante ou très préoccupante selon la CSP

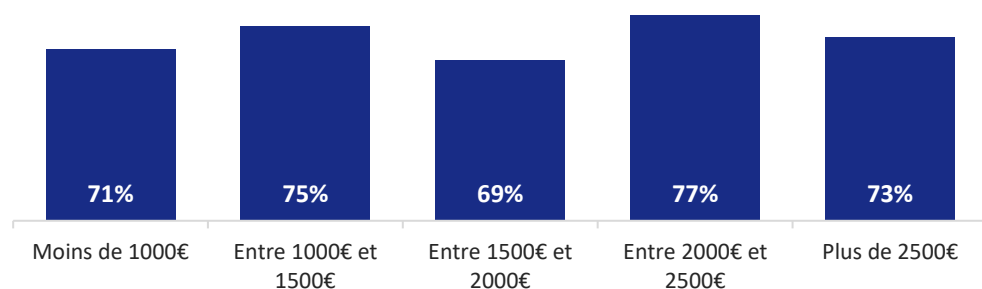


Un sujet qui dépasse les clivages économiques et territoriaux, mais reste éminemment politique

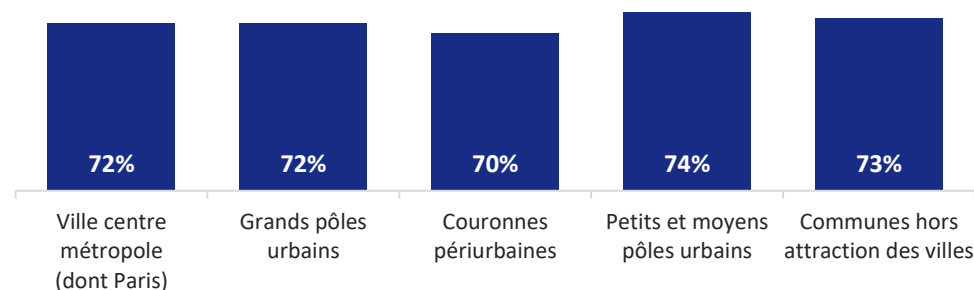
Concernant les questions environnementales (pollution, réchauffement climatique, épuisement des ressources naturelles, de la biodiversité...), quelle est la proposition qui correspond le mieux à ce que vous pensez ?

Q154 - Base totale, n=4000

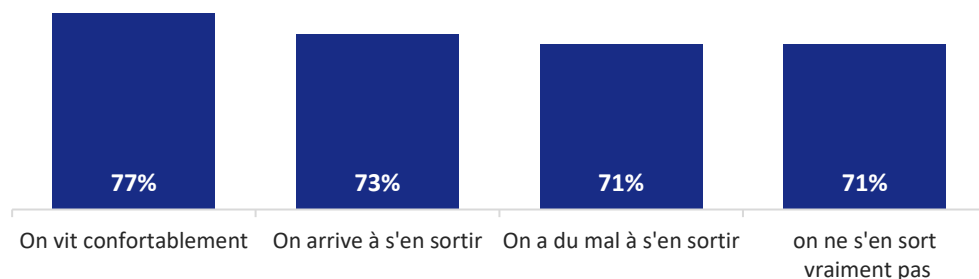
Part considérant la situation alarmante ou très préoccupante selon le niveau de vie (revenus mensuels nets par UC)



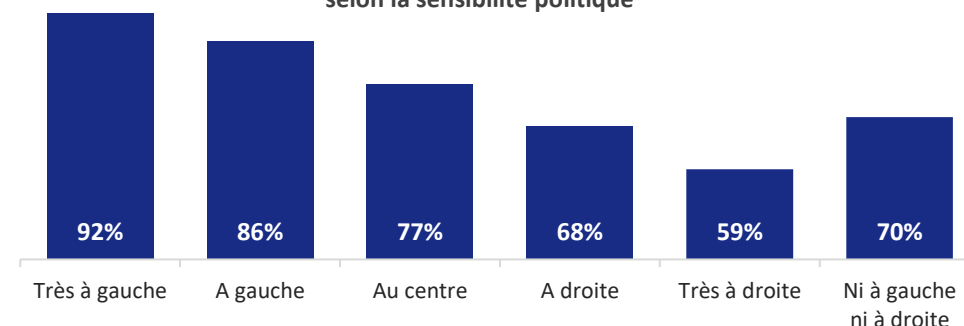
Part considérant la situation alarmante ou très préoccupante selon le type de territoire



Part considérant la situation alarmante ou très préoccupante selon le sentiment de contrainte budgétaire



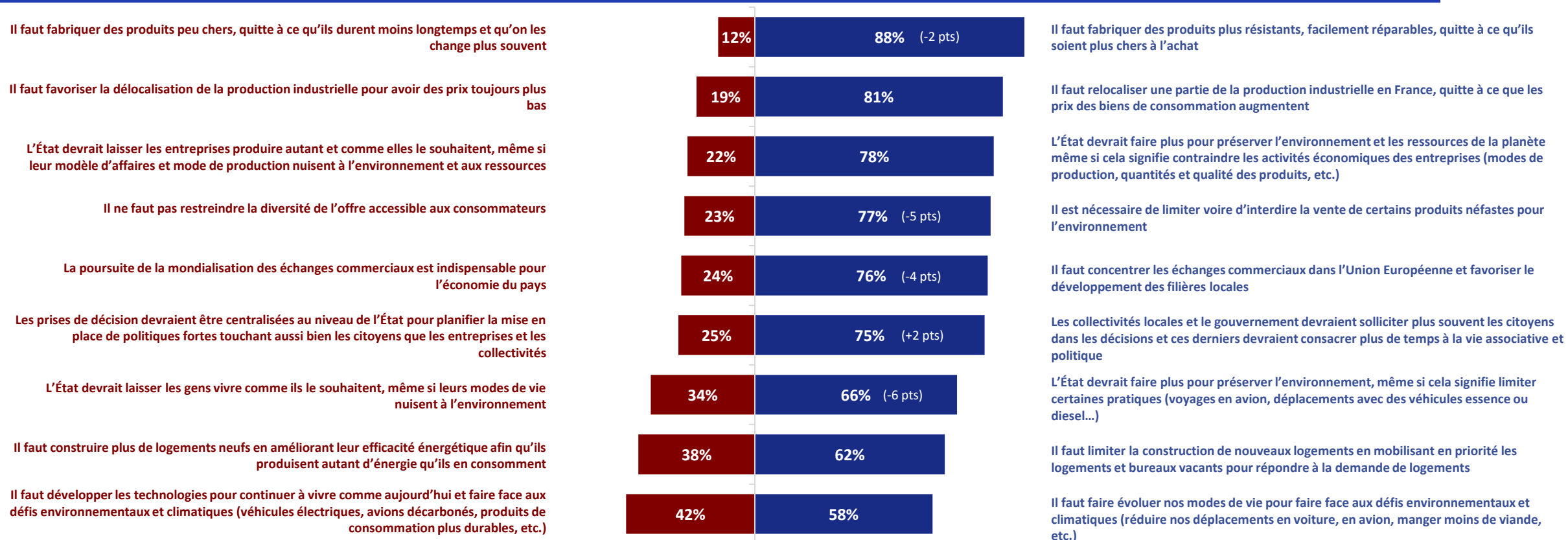
Part considérant la situation alarmante ou très préoccupante selon la sensibilité politique



Une perception des solutions écologiques à mettre en place variable selon les sujets

Laquelle de ces deux affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ?

Q148 - Base : sous-échantillon 1, n=2004

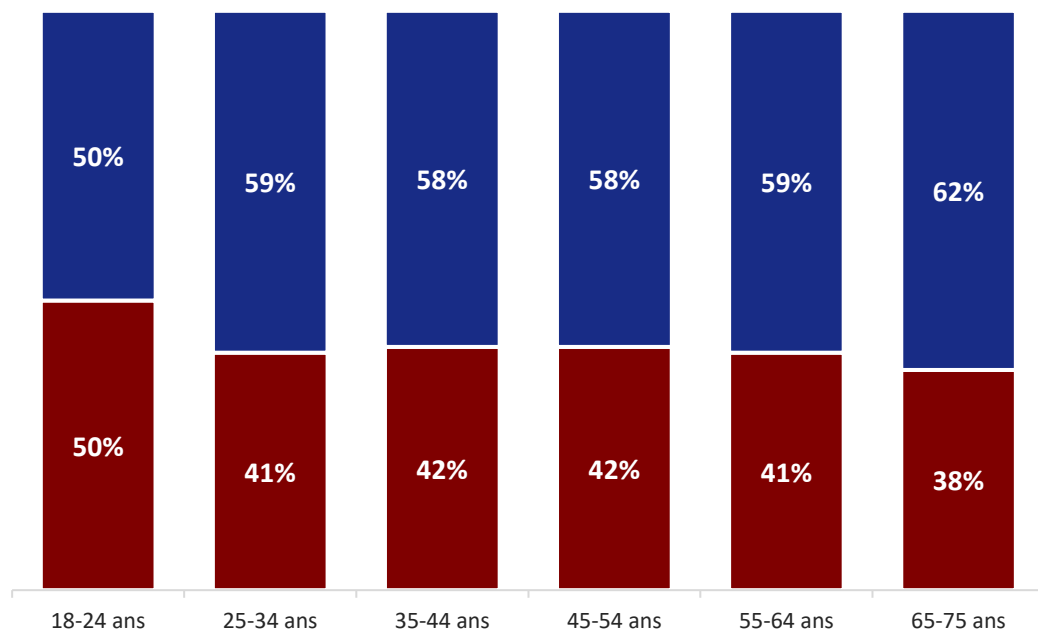


Un technosolutionnisme plus marqué à droite

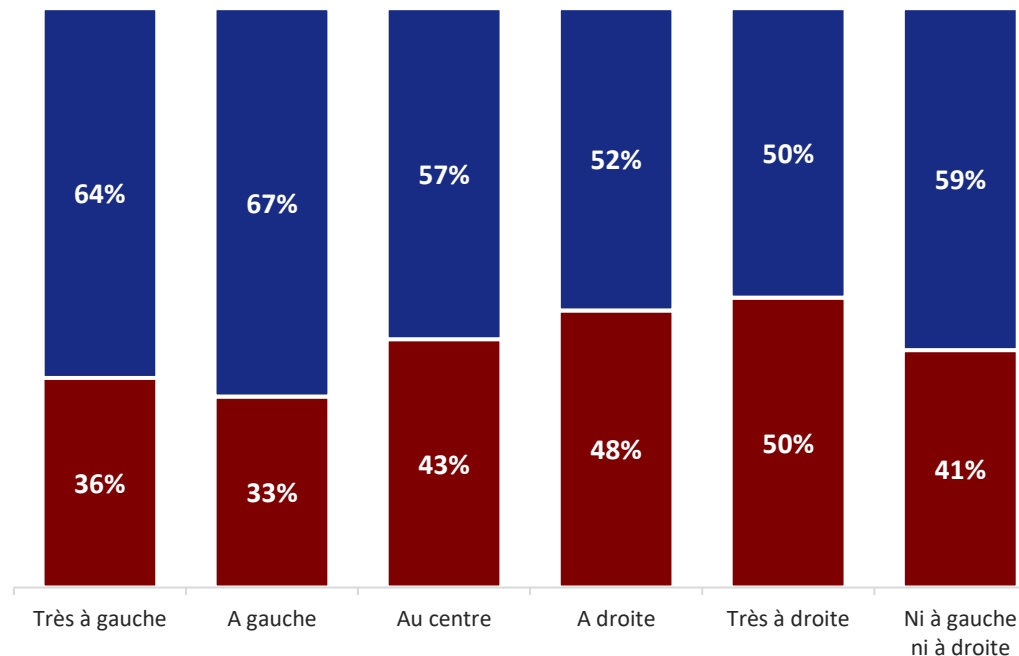
Laquelle de ces deux affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ?

Q148 - Base : sous-échantillon 1, n=2004

% Selon l'âge



% Selon la sensibilité politique



- Il faut faire évoluer nos modes de vie pour faire face aux défis environnementaux et climatiques [...]
- Il faut développer les technologies pour continuer à vivre comme aujourd'hui et faire face aux défis environnementaux

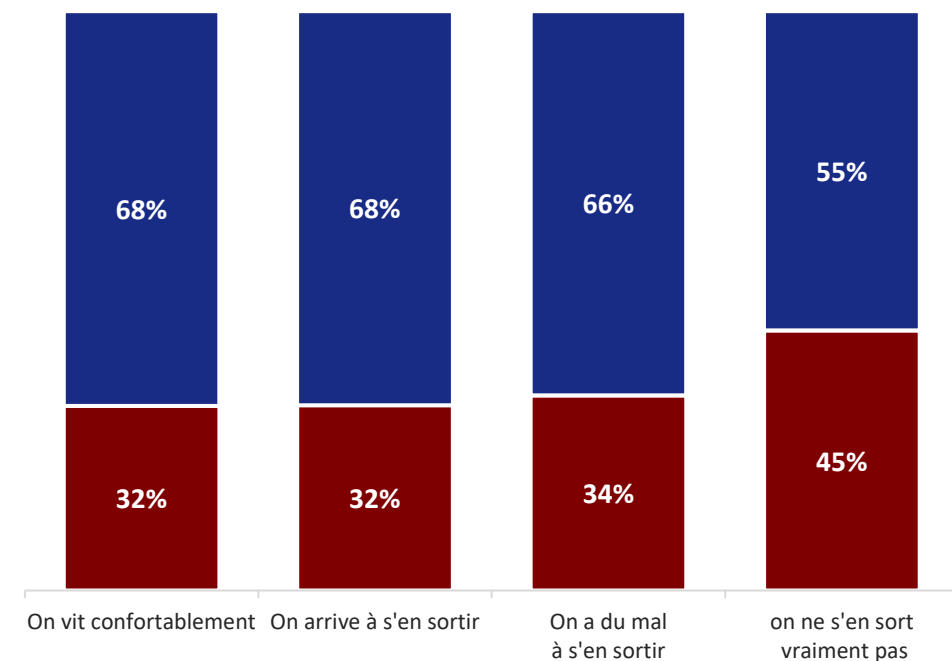
- Il faut faire évoluer nos modes de vie pour faire face aux défis environnementaux et climatiques [...]
- Il faut développer les technologies pour continuer à vivre comme aujourd'hui et faire face aux défis environnementaux

L'implication de l'État plus contestée à droite et parmi les personnes qui présentent une forte contrainte budgétaire

Laquelle de ces deux affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ?

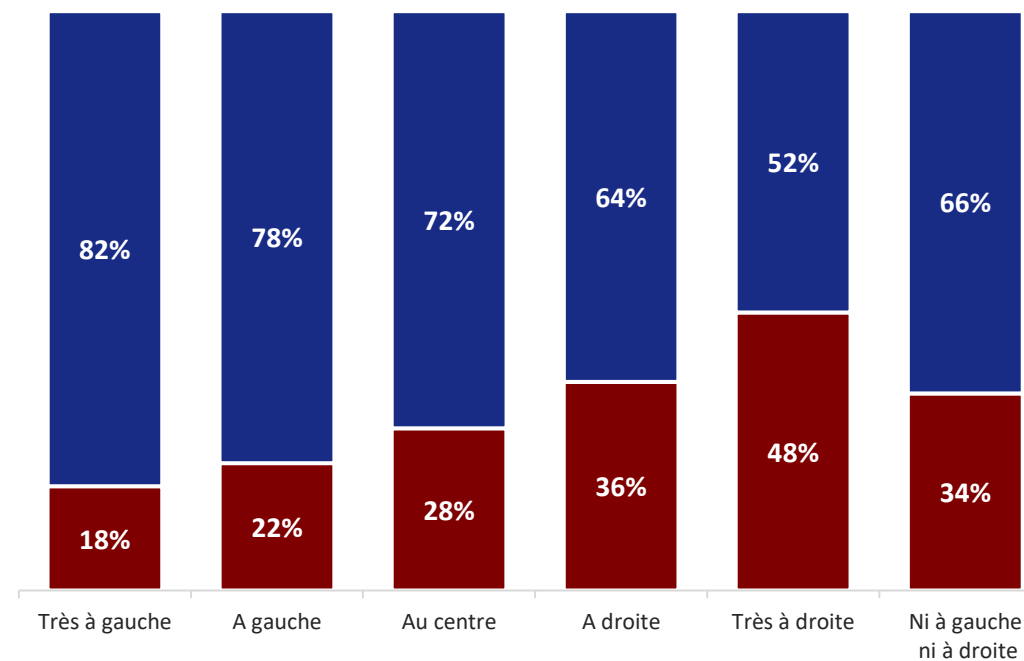
Q148 - Base : sous-échantillon 1, n=2004

% Selon le sentiment de contrainte budgétaire



- L'Etat devrait faire plus pour préserver l'environnement, même si cela signifie limiter certaines pratiques [...]
- L'Etat devrait laisser les gens vivre comme ils le souhaitent, même si leurs modes de vie nuisent à l'environnement

% Selon la sensibilité politique



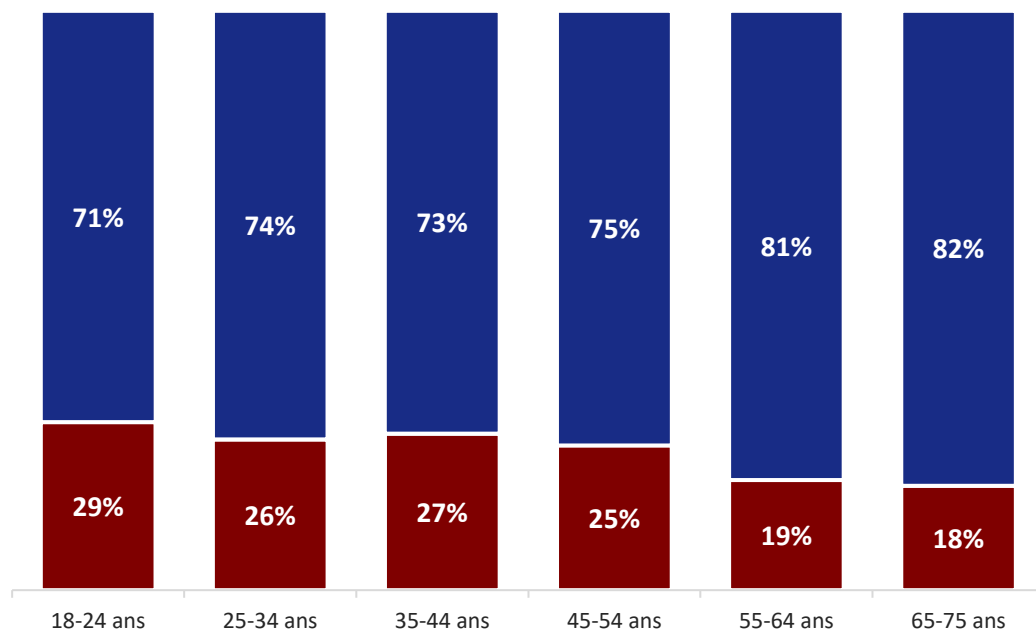
- L'Etat devrait faire plus pour préserver l'environnement, même si cela signifie limiter certaines pratiques [...]
- L'Etat devrait laisser les gens vivre comme ils le souhaitent, même si leurs modes de vie nuisent à l'environnement

Localisme vs mondialisme : un débat générationnel et de niveau de vie

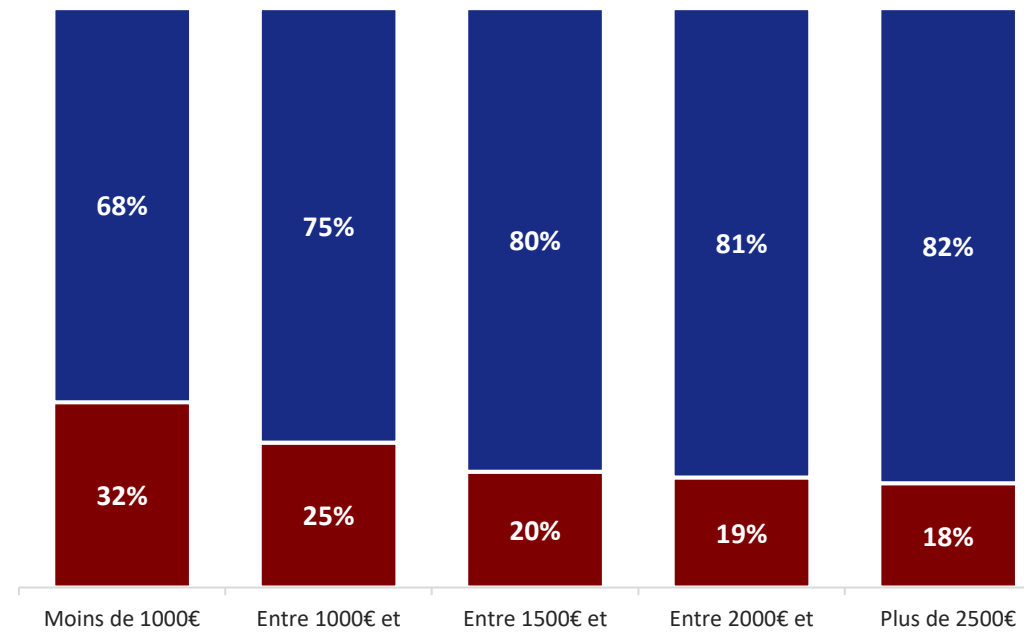
Laquelle de ces deux affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ?

Q148 - Base : sous-échantillon 1, n=2004

% Selon l'âge



% Selon le niveau de vie (revenus mensuels nets par UC)



- Il faut concentrer les échanges commerciaux dans l'Union Européenne et favoriser le développement des filières locales
- La poursuite de la mondialisation des échanges commerciaux est indispensable pour l'économie du pays

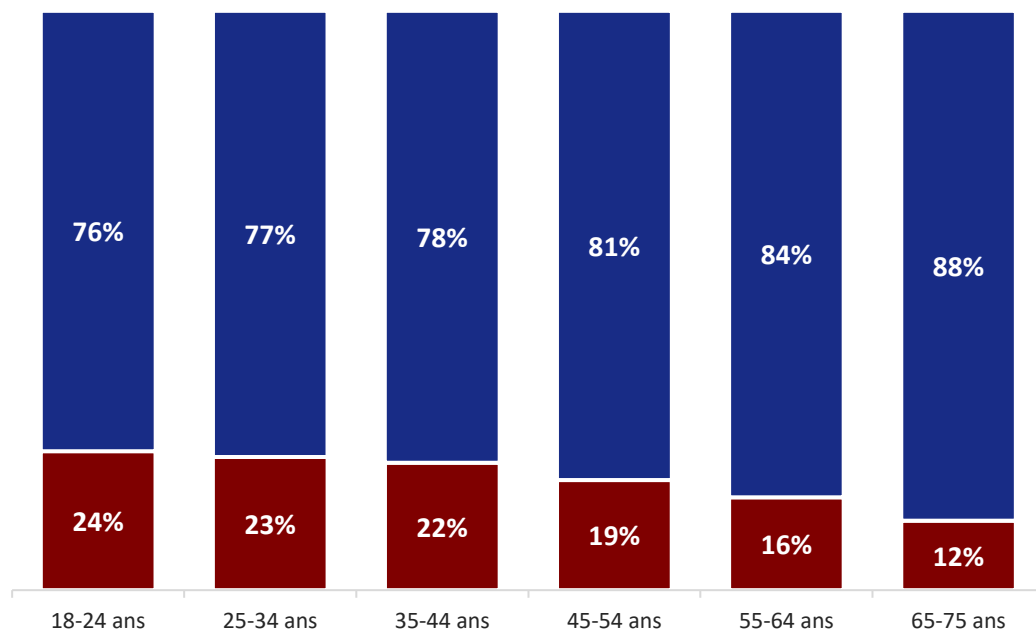
- Il faut concentrer les échanges commerciaux dans l'Union Européenne et favoriser le développement des filières locales
- La poursuite de la mondialisation des échanges commerciaux est indispensable pour l'économie du pays

Relocalisation : un débat générationnel et de niveau de vie

Laquelle de ces deux affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ?

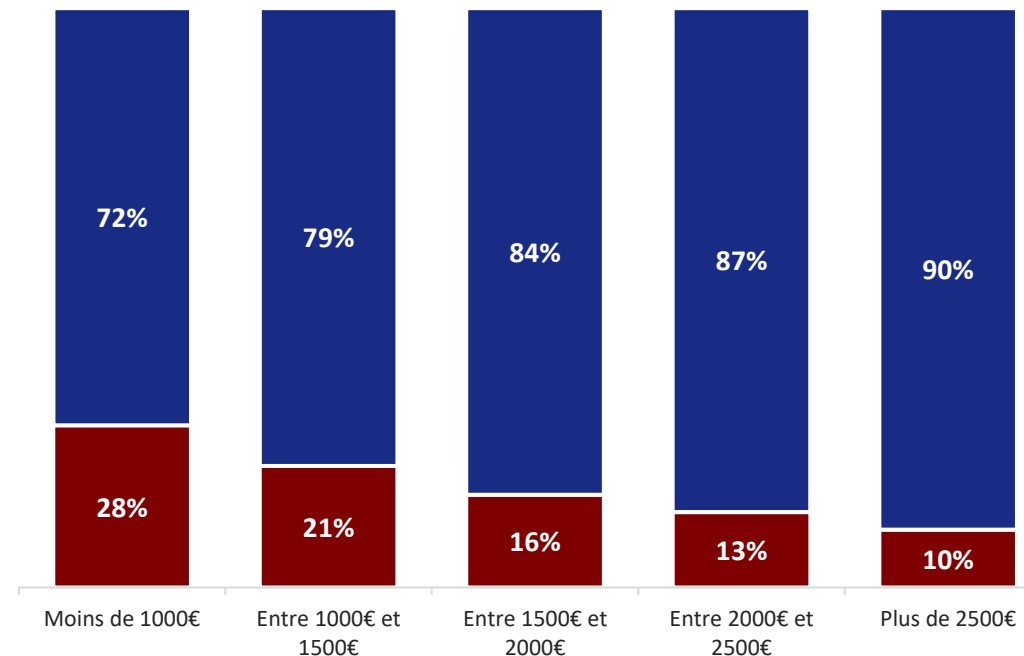
Q148 - Base : sous-échantillon 1, n=2004

% Selon l'âge



- Il faut relocaliser une partie de la production industrielle en France, quitte à ce que les prix [...] augmentent
- Il faut favoriser la délocalisation de la production industrielle pour avoir des prix toujours plus bas

% Selon le niveau de vie (revenus mensuels nets par UC)



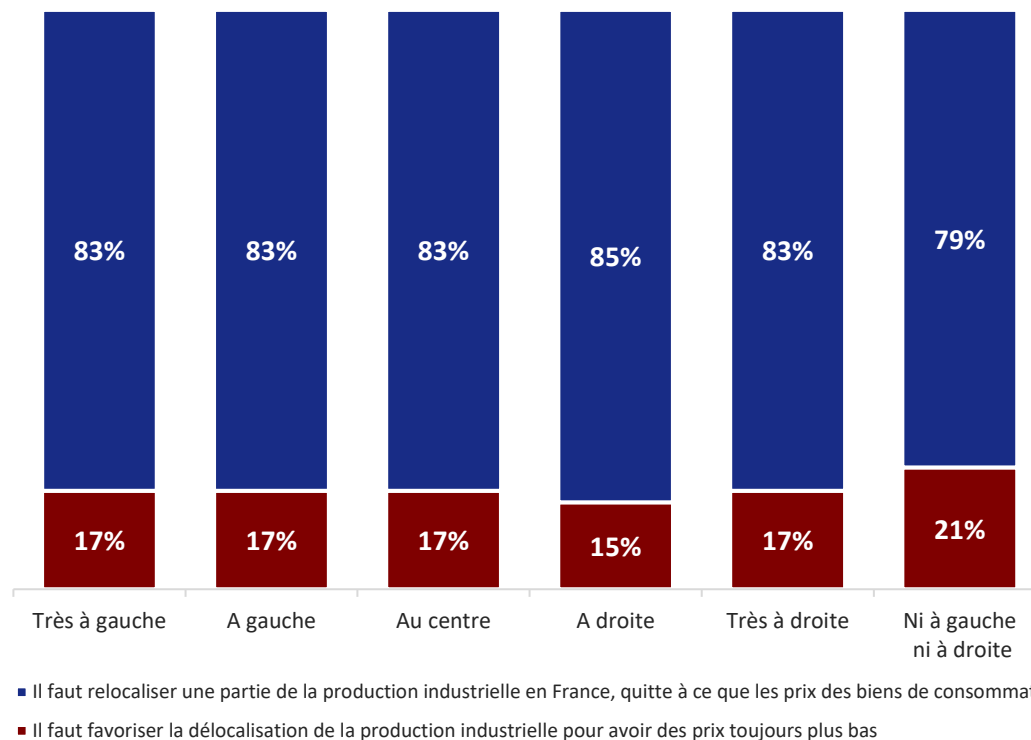
- Il faut relocaliser une partie de la production industrielle en France, quitte à ce que les prix [...] augmentent
- Il faut favoriser la délocalisation de la production industrielle pour avoir des prix toujours plus bas

La relocalisation : un terrain d'entente politique ?

Laquelle de ces deux affirmations correspond le mieux à ce que vous pensez ?

Q148 - Base : sous-échantillon 1, n=2004

% Selon la sensibilité politique



Des mesures collectives de sobriété, toujours perçues positivement, mais qui affichent une nette dégradation par rapport à 2023

Voici une série de mesures déjà adoptées ou qui pourraient être mises en place pour agir en faveur de l'environnement. Pour chacune d'entre elles, pouvez-vous nous dire si, selon vous, cette mesure est une bonne ou une mauvaise chose ?

Q151 - Base totale, n=4000

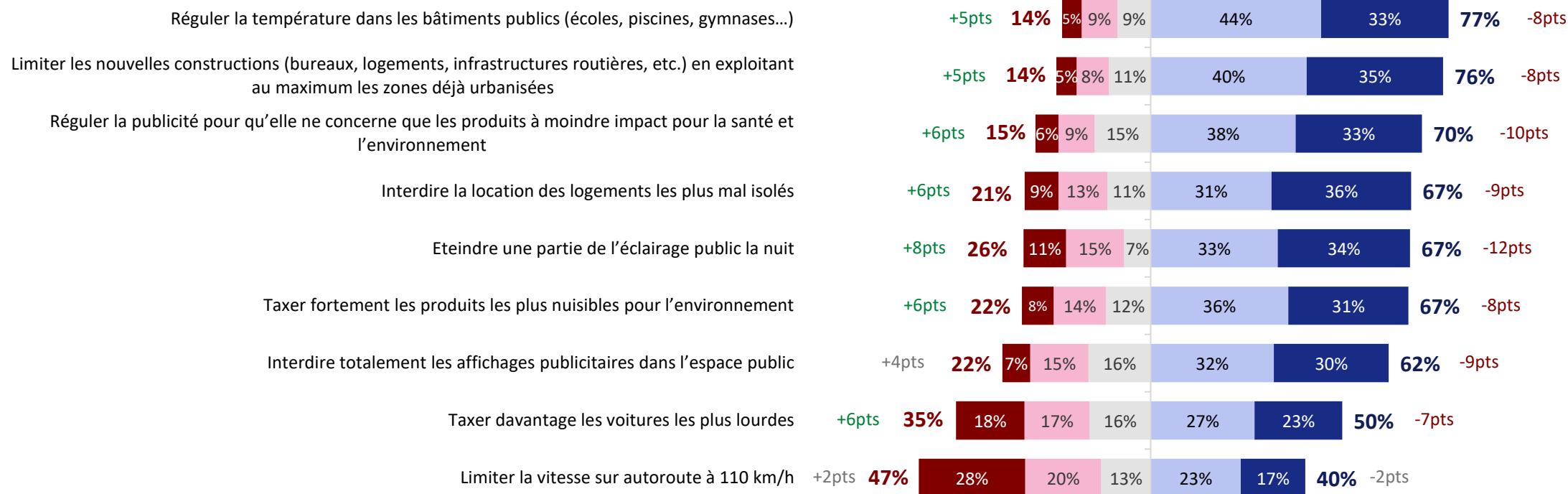
Une très mauvaise chose

Une assez mauvaise chose

Sans opinion

Une assez bonne chose

Une très bonne chose



Évaluation de l'impact **positive** des mesures

Pensez-vous que [INSERTION Item aléatoire Q151] aura un impact positif ou négatif sur chacun des aspects suivants ?

Q152, Bases multiples, effectifs entre n= 437 et n= 454

% « Très positif » + « Assez positif »	Pensez-vous que [INSERTION Item aléatoire Q151] aura un impact positif ou négatif sur chacun des aspects suivants ?								
	Éteindre une partie de l'éclairage public la nuit	Interdire la location des logements les plus mal isolés	limiter les nouvelles constructions (bureaux, logements, infrastructures routières, etc.) en exploitant au maximum les zones déjà urbanisées	Taxer davantage les voitures les plus lourdes	limiter la vitesse sur autoroute à 110 km/h	Interdire totalement les affichages publicitaires dans l'espace public	Réguler la publicité pour qu'elle ne concerne que les produits à moindre impact pour la santé et l'environnement	Taxer fortement les produits les plus nuisibles pour l'environnement	Réguler la température dans les bâtiments publics (écoles, piscines, gymnases...)
Sur votre pouvoir d'achat	28%	31%	33%	23%	25%	34%	40%	27%	34%
Sur votre santé	30%	42%	44%	44%	34%	36%	49%	65%	43%
Sur votre qualité de vie	34%	41%	45%	35%	29%	43%	49%	50%	41%
Sur l'économie française	61%	35%	51%	35%	24%	35%	44%	44%	64%
Sur la qualité de l'air / de l'environnement	48%	48%	58%	57%	50%	47%	49%	65% *	66%
Sur les inégalités entre les Français	20%	41%	37%	31%	18%	33%	36%	33%	32%

Guide de lecture : 65 % des individus interrogés sur cette proposition estiment que le fait de « taxer fortement les produits les plus nuisibles pour l'environnement » aura un impact positif sur la qualité de l'air / de l'environnement.

Évaluation de l'impact **néгатif** des mesures

Pensez-vous que [INSERTION Item aléatoire Q151] aura un impact positif ou négatif sur chacun des aspects suivants ?

Q152, Bases multiples, effectifs entre n= 437 et n= 454

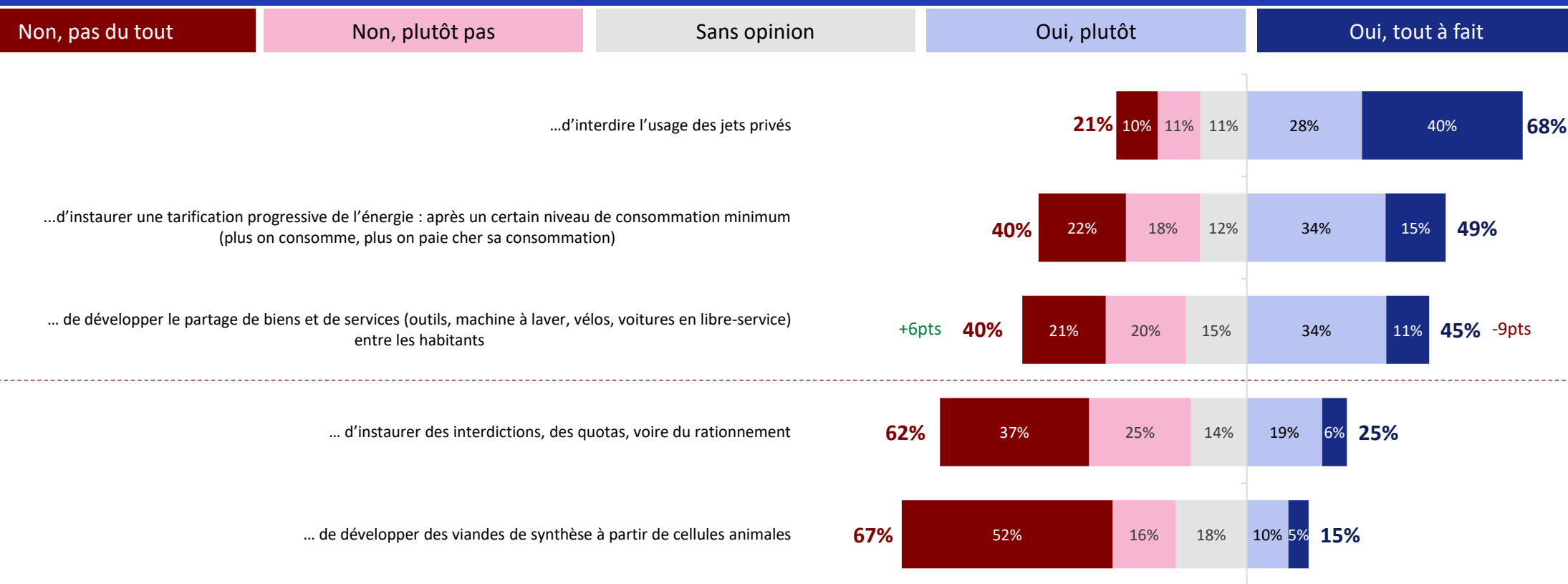
% « Très négatif » + « Assez négatif »	Pensez-vous que [INSERTION Item aléatoire Q151] aura un impact positif ou négatif sur chacun des aspects suivants ?								
	Éteindre une partie de l'éclairage public la nuit	Interdire la location des logements les plus mal isolés	limiter les nouvelles constructions (bureaux, logements, infrastructures routières, etc.) en exploitant au maximum les zones déjà urbanisées	Taxer davantage les voitures les plus lourdes	limiter la vitesse sur autoroute à 110 km/h	Interdire totalement les affichages publicitaires dans l'espace public	Réguler la publicité pour qu'elle ne concerne que les produits à moindre impact pour la santé et l'environnement	Taxer fortement les produits les plus nuisibles pour l'environnement	Réguler la température dans les bâtiments publics (écoles, piscines, gymnases...)
Sur votre pouvoir d'achat	8%	16%	11%	21%	13%	9%	16%	39% *	8%
Sur votre santé	11%	8%	6%	8%	11%	4%	9%	10%	10%
Sur votre qualité de vie	22%	10%	9%	15%	21%	6%	9%	17%	12%
Sur l'économie française	9%	23%	18%	23%	20%	21%	20%	27%	8%
Sur la qualité de l'air / de l'environnement	7%	9%	10%	8%	12%	6%	11%	12%	8%
Sur les inégalités entre les Français	19%	31%	15%	26%	18%	7%	18%	36%	12%

Guide de lecture : 39 % des individus interrogés sur cette proposition estiment que le fait de « taxer fortement les produits les plus nuisibles pour l'environnement » aura un impact négatif sur leur pouvoir d'achat.

Une adhésion plus forte pour les mesures visant à toucher les plus gros émetteurs de pollution

Selon vous, serait-il souhaitable dans les années à venir... ?

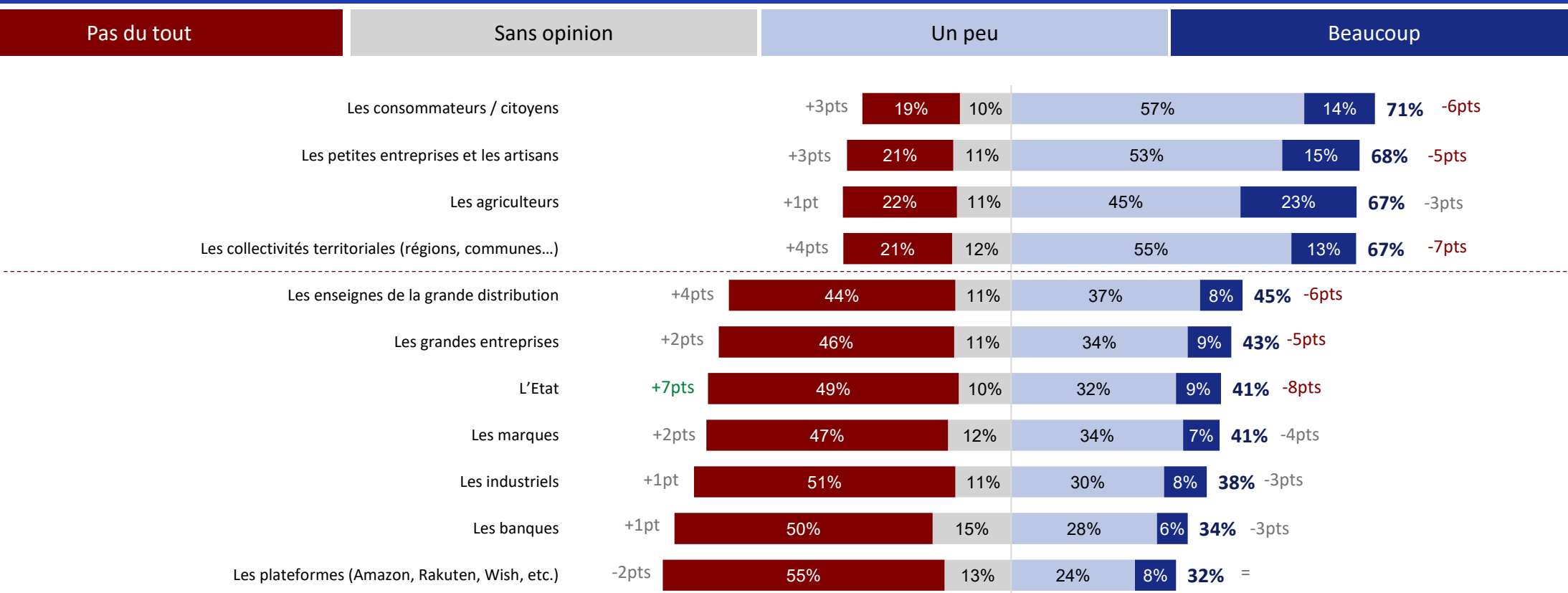
Q149 - Base : sous-échantillon 2, n=2000



L'idée répandue que les citoyens font déjà leur part... davantage que l'État et les grandes entreprises notamment

À l'heure actuelle, pensez-vous que les acteurs suivants agissent pour limiter les impacts de leurs activités sur les ressources de la planète ?

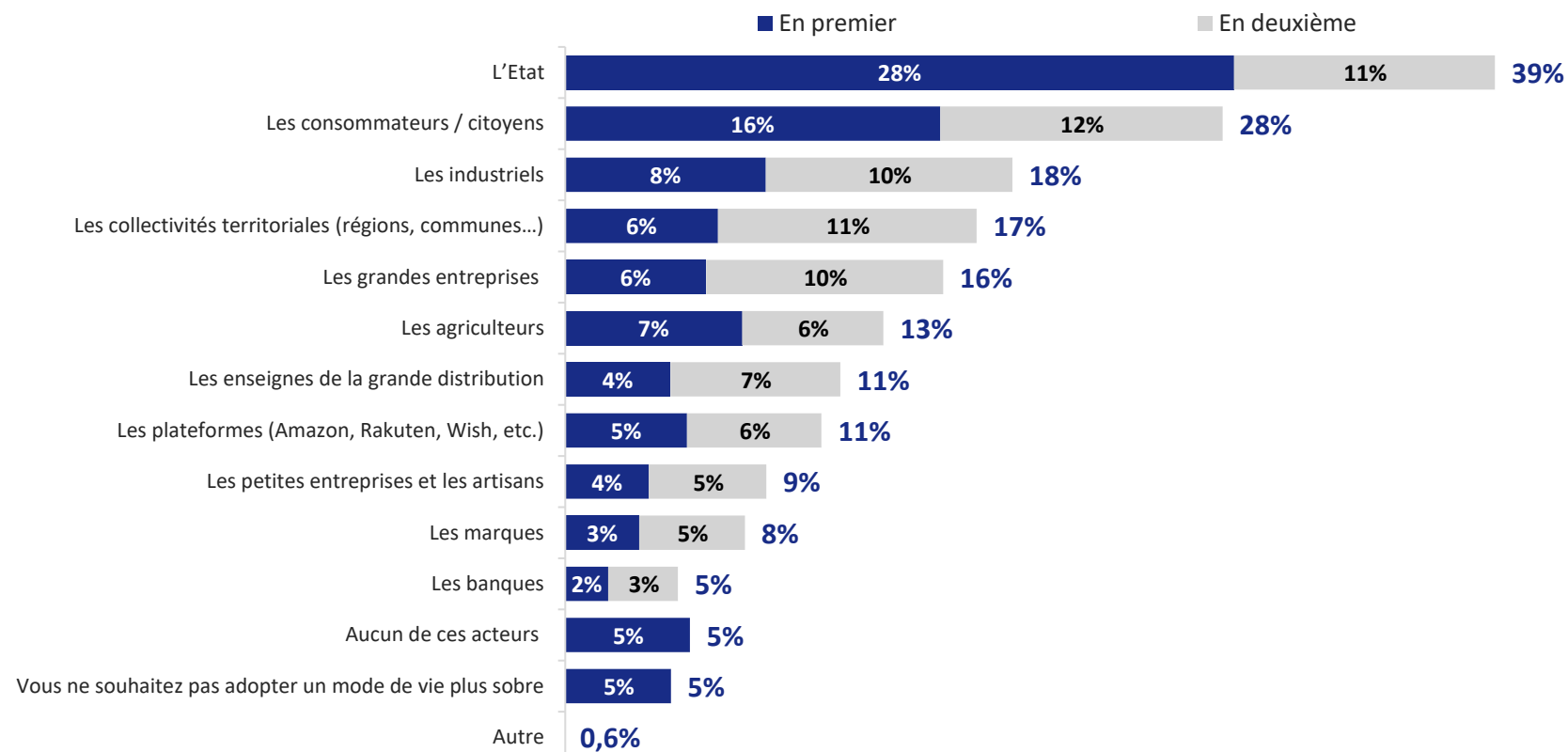
Q153 - Base totale, n= 4000



L'État très attendu sur le sujet de la sobriété

Et parmi les acteurs suivants, quels sont ceux qui seraient les plus à même de faciliter l'adoption de modes de vie plus sobres collectivement ?

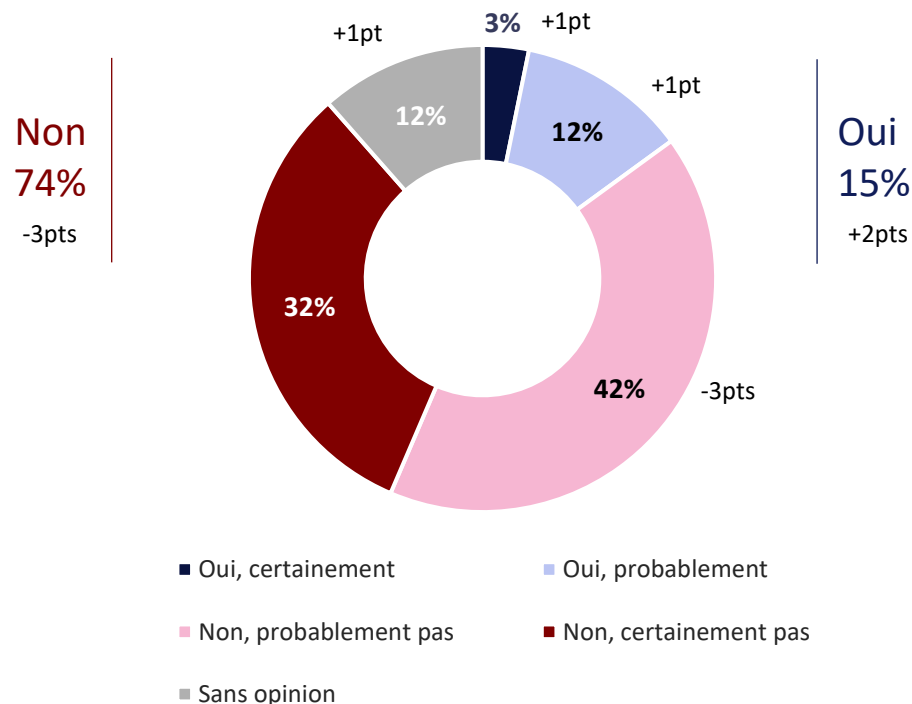
Q154 - Base totale, n= 4000



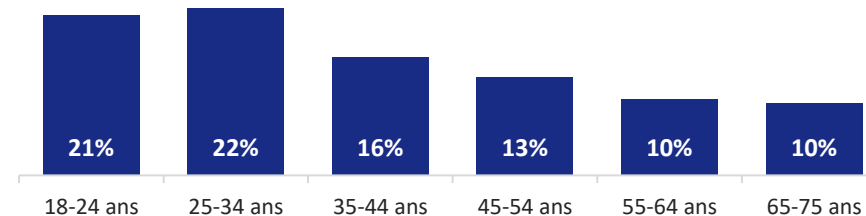
L'idée la plus répandue est que la trajectoire actuelle ne permettra pas de faire face aux défis environnementaux auxquels nous sommes confrontés

Compte tenu des actions mises en place par les gouvernements et les citoyens, pensez-vous que d'ici les 50 prochaines années, les enjeux environnementaux auxquels nous faisons face actuellement seront résolus ?

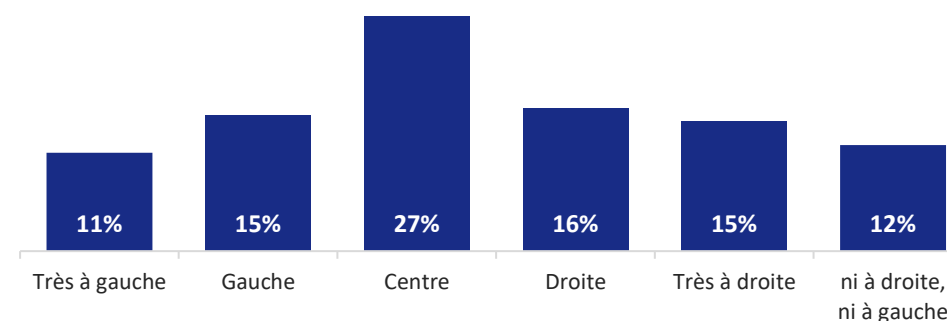
Q155 - Base totale, n=4000



Part considérant que la situation sera résolue d'ici 50 ans selon l'âge



Part considérant que la situation sera résolue d'ici 50 ans selon la sensibilité politique





RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



TROISIÈME PARTIE

Typologie des Français en fonction de leurs pratiques
et leur rapport à la sobriété



Typologie – À retenir (1/2)

La segmentation réalisée en fonction des pratiques déclarées et du rapport des Français à la sobriété divise la population en 3 grands groupes qui se déclinent en 7 segments distincts, révélant une grande diversité de profils selon deux axes principaux : le niveau de sobriété pratiqué et la disposition au changement.

Les sobres volontaires (20%) : Ce groupe rassemble 20% des Français et se divise en deux segments partageant une forte ouverture au changement et des pratiques sobres significatives, mais avec des motivations différentes :

- **Les « écolos revendiquées » (8%)** incarnent le militantisme écologique : jeunes, urbains, diplômés, ils multiplient les pratiques sobres par conviction environnementale. Leur très forte disposition au changement et leur soutien massif aux mesures collectives en font les pionniers de la transition, avec une cohérence assumée entre valeurs et pratiques.
- **Les « Sobres ambivalents » (12%)** incarnent les tensions de la classe moyenne active urbaine. Diplômés, avec enfants, ils manifestent une forte ouverture au changement et adoptent des pratiques sobres sélectives, mais se heurtent aux contraintes du quotidien (dépendance à la voiture pour le travail, pression consumériste). Ils représentent un segment clé car très réceptifs aux mesures collectives et en quête de compromis entre aspirations écologiques et réalités pratiques.

Les sobres par défaut (25%) : Ce deuxième groupe rassemble 25% des Français et se caractérise par des pratiques objectivement sobres, mais une faible disposition au changement. Il se divise en deux segments aux logiques radicalement opposées :

- **Les « Sobres par contraintes » (17%)** subissent une sobriété imposée par de fortes contraintes budgétaires. Âgés, souvent inactifs ou retraités, issus des classes populaires et rurales modestes, ils cumulent pratiques sobres objectives et sentiment d'insuffisance. Leur très faible disposition au changement s'explique par l'absence de marge de manœuvre et un fort pessimisme quant à leur avenir. Leur sobriété est subie, non choisie.
- **Les « Frugaux par habitude » (9%)** constituent à l'inverse un segment discret, mais remarquable : retraités, ruraux, ils affichent les plus hauts scores de sobriété et de frugalité, non par militantisme écologique, mais par habitudes de vie ancrées depuis longtemps (conservation prolongée des objets, limitation des déplacements non nécessaires, vie simple). Leur faible disposition au changement s'explique par le sentiment d'avoir déjà atteint un équilibre satisfaisant. Ils sont en revanche favorables aux mesures collectives de sobriété.

Typologie – À retenir (2/2)

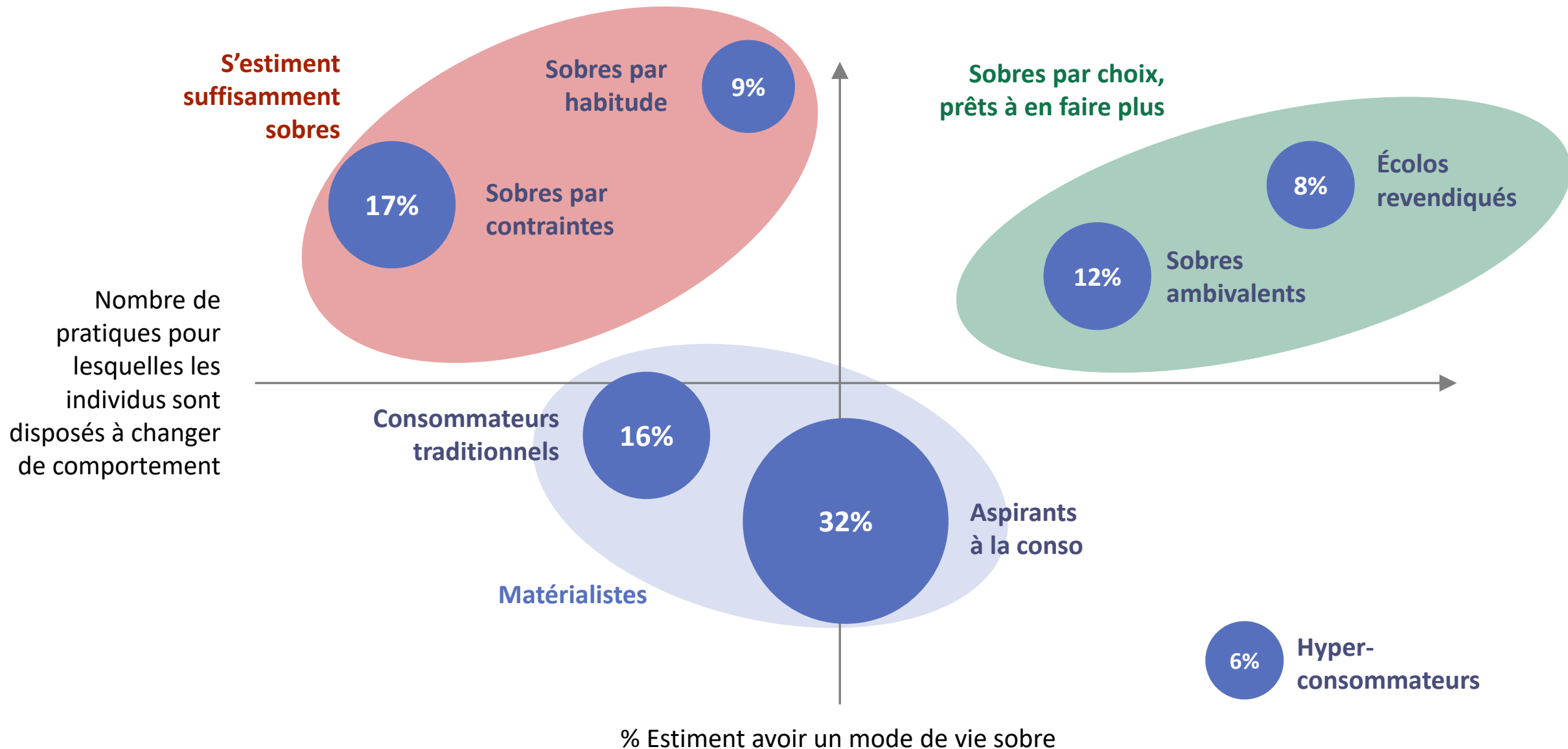
Les matérialistes (55%) : Le groupe le plus important rassemble 55% des Français et se caractérise par un attachement au modèle de consommation et une faible sobriété pratiquée. Il se divise en trois segments :

- **Les « aspirants à la consommation » (32%)** forment le segment le plus important. Ils se caractérisent par une position intermédiaire et ambivalente : ni pleinement sobres, ni hyperconsommateurs, ils aspirent parfois à consommer davantage (notamment concernant les voyages en avion, l'équipement, la climatisation) tout en adoptant certaines pratiques sobres par pragmatisme. Leur disposition au changement reste modérée et ils soutiennent les mesures environnementales tant qu'elles ne sont pas trop contraignantes.

- **Les « consommateurs traditionnels » (16%)** pratiquent un mode de vie ancré dans les valeurs traditionnelles et conservatrices. Hommes, parents, périurbains et ruraux, sensibles à droite, ils sont particulièrement attachés à la propriété automobile et à la liberté de circulation. Satisfaits de leur situation, ils manifestent une forte frugalité traditionnelle (« acheter moins, mais de qualité »), mais résistent fermement aux évolutions perçues comme des contraintes sur leur mobilité individuelle et leur mode de vie établi.

- **Les « Hyper-consommateurs » (6%)**, bien qu'appartenant aux matérialistes, se distinguent par un profil à part : jeunes urbains aisés et diplômés, ils revendiquent un mode de vie intensif en consommation (voiture quotidienne par choix, voyages fréquents en avion, renouvellement rapide des équipements, forte consommation de viande). Paradoxalement très optimistes et affichant une forte disposition au changement, ils placent leur confiance dans les solutions technologiques plutôt que dans la réduction des consommations, ce qui les distingue des deux autres segments matérialistes plus réticents au changement.

Typologie des Français selon leur rapport à la sobriété



Profils des Français selon leur rapport à la sobriété

17%

Sobres par contraintes

Sobres par nécessité plus que par choix, souvent âgés, modestes et ruraux, ils font durer, achètent peu et sont adeptes de l'achat « par nécessité » plus que par plaisir. Ils limitent l'avion surtout faute de départs, font durer leurs équipements et privilégient le neuf par habitude plutôt que la seconde main "militante". Peu disposés à de grands changements et réticents aux mesures contraignantes, ils adoptent surtout des écogestes simples (chauffer moins, réparer).

Profils socio-démo

- Majoritairement femmes, fort poids des seniors (55-75 ans).
- CSP- ou inactifs, revenus faibles (<1500€).
- souvent en ruralité.

Rapport à la sobriété & au consumérisme

- Sobriété « subie » : peu de moyens → consommation restreinte.
- Faible attachement au modèle consumériste, distance à la publicité.
- Vision pessimiste de l'avenir.

Pratiques clés

- Peu de voyages, pas de vacances, renouvellement de téléphone rare, limitation de la consommation de viande surtout par contrainte, chauffage limité par nécessité...
- Préférence pour le neuf élevée (62% vs 50%), avec en tête le fait de faire durer.
- Des pratiques sobres motivées par des considérations économiques.

Disposition au changement

- Peu disposés à de grands changements et réticents aux mesures contraignantes, ils adoptent surtout des écogestes simples (chauffer moins, réparer, faire durer).
- Résistance forte aux principes de consommation mutualisée et à la taxation environnementale.
- Se considèrent déjà comme sobres et ne souhaitent pas consommer moins.

Axes de communication

- Valoriser la sobriété comme un savoir-faire, une forme de sagesse, plutôt que comme une privation.
- Insister sur la dignité et la reconnaissance de leurs pratiques existantes (« vous faites déjà beaucoup »).
- Mettre en avant les bénéfices économiques immédiats (économies, durabilité) plus que les enjeux environnementaux.

Profils des Français selon leur rapport à la sobriété

9%

Sobres par habitude

Seniors et retraités, ils pratiquent une sobriété ancrée (faire durer, peu renouveler, chauffer modérément) par habitude plus que par militantisme. Très faibles besoins de renouvellement technologique, peu d'avion et limitation de viande "par routine". Assez favorables aux mesures structurelles (tarif progressif, relocalisation) et aux écogestes, sans posture revendicative.

Profils socio-démo

- Seniors (55+), surreprésentation de retraités.
- Couples sans enfants.
- Revenus modestes.

Rapport à la sobriété & au consumérisme

- Sobriété importante par habitude, peu portée par des motivations écologiques.
- Faible attachement au consumérisme.
- Sobriété ancrée dans l'habitus (économie des moyens, réparer, peu de renouvellement), non militante.

Pratiques clés

- Voiture quotidienne par contrainte 35% (vs 27%),
- Avion : pas de besoin 71% (vs 32%), peu de départs en vacances.
- Smartphone : ≥5 ans par absence de besoin 75% (vs 29%).
- Viande : limitation par habitude 30% (vs 14%), peu de consommation « tous les jours » (6%).
- Chauffage : s'habiller plus par habitude 63% (vs 37%).

Disposition au changement

- Moyennement favorable sur le plan personnel (proche de la moyenne)
- Favorables aux mesures structurelles collectives : tarif progressif 57%, taxer produits nuisibles 71%, relocaliser 92%, limiter nouvelles constructions 83%.

Axes de communication

- Communiquer en termes de transmission et de « valeurs » (l'art de faire durer, réparer, économiser).
- Valoriser leur exemplarité silencieuse et leur rôle de modèles pour les jeunes générations.
- Ancrer la sobriété dans une narration de simplicité et de sérénité plus que de militantisme.

Profils des Français selon leur rapport à la sobriété

32%

Aspirants à la consommation

Plutôt urbains, à l'aise financièrement "juste ce qu'il faut", ils aiment consommer tout en se disant plutôt sobres. Renouvellement assez rapide (smartphone), préférence pour le neuf, mais ouverture grandissante aux réparations et à l'occasion. Disposition au changement moyenne : ok pour les gestes pratiques (réparer, 19°C, occasion) mais ambivalence sur les restrictions collectives.

Profils socio-démo

- Âge inter, urbains denses.
- Urbain dense 46% (vs 39%).
- Contrainte budgétaire moyenne (46% « s'en sortent » vs 48%).
- Niveau de vie intermédiaire.

Rapport à la sobriété & au consumérisme

- Sobriété faible.
- Rapport positif à la publicité, valorisation du statut et importance de « bien gagner sa vie ».
- Ambivalence consumériste : ni fortement attachés ni en rupture.
- Se perçoivent plutôt sobres (80% vs 82%), mais pratiques mixtes.

Pratiques clés

- Aspirent à consommer: surreprésentation parmi ceux qui ne font pas, mais aimeraient le faire : pour les achats d'occasion (pratiqués, mais aspiration forte à acheter du neuf), la climatisation (n'en disposent pas, mais aimeraient en avoir), la voiture, les vacances en avion...
- Smartphone : renouvellement plus rapide que la moyenne

Disposition au changement

- Moyenne disposition au changement : ok pour les gestes pratiques (réparer, 19°C, occasion), mais plus de réticence sur les restrictions collectives.
- Logique plus « aspirationnelle » à consommer, que volonté de sobriété.
- Potentiel de bascule si alternatives attractives et accessibles.

Axes de communication

- Communiquer sur la sobriété comme un levier de modernité et de créativité (seconde main tendance, « life hacks » et « trends » promouvant la sobriété).
- Utiliser des récits positifs (influenceurs, pairs urbains) pour rendre la sobriété désirable.

Profils des Français selon leur rapport à la sobriété

16%

Consommateurs traditionnels

Couples, parents, plutôt aisés et périurbains, fortement dépendants à la voiture, ils se disent plutôt sobres, mais gardent leurs habitudes de mobilité et d'achat neuf. Ils font durer et réparent, mais limitent peu la viande et l'usage de leur véhicule, et prennent plus l'avion que la moyenne. Peu enclins à changer et réservés face aux politiques contraignantes, ils privilégient les gestes simples et peu disruptifs.

Profils socio-démo

- Hommes, couples sans enfants (36% vs 29%).
- 45-64 ans (45% vs 37%).
- Actifs (61% vs 55%).
- Ruraux/péri-urbains (55% hors grandes villes vs 59%).
- Niveau de vie moyen-supérieur.
- Sensibilité de droite marquée (40% droite/très à droite vs 31%).

Rapport à la sobriété & au consumérisme

- Sobriété modérée par habitude, peu portée par des motivations écologiques.
- Attachement modéré au consumérisme.
- Préférence pour la qualité et la durabilité.

Pratiques clés

- Usage de la voiture assumé par choix (33% tous les jours par choix vs 17%).
- Ne limitent pas la consommation de viande.
- Usage assez régulier de la climatisation.
- Privilégient les achats neufs.
- consommation « classique » (ni contrainte ni conviction écologique).

Disposition au changement

- Peu de remise en cause de leur consommation : 82% estiment être déjà sobre (comme la moyenne des Français).
- 67% pensent ne pas pouvoir consommer moins vs 40%.
- Faible disposition au changement.
- Rejet des politiques perçues comme des contraintes et attachement au mode de vie établi, surtout en matière de mobilité individuelle

Axes de communication

- Positionner la sobriété comme une protection du confort domestique et de la qualité de vie au quotidien : mettre en avant le « bon sens ».
- Insister sur la cohérence entre préserver son foyer et préserver son environnement proche.

Profils des Français selon leur rapport à la sobriété

6%

Hyper-consommateurs

Très jeunes, urbains et aisés, ils surconsomment de manière assumée (plaisir d'acheter, renouveler souvent) et voyagent plus en avion. Sobriété déclarée faible, attachement consumériste et rapport positif à la pub très élevée, viande peu limitée. Paradoxalement ouverts à certaines évolutions (train, limiter la viande à la marge), surtout quand elles n'entament pas leur confort.

Profils socio-démo

- Jeunes : 59% ont moins de 35 ans vs 28%.
- Surreprésentation masculine (56% vs 49%).
- Actifs occupés et CSP+ /CSP intermédiaires
- Urbains denses (53% vs 39%), notamment Paris (35% vs 13%).
- Niveau de vie élevé / Diplômés du supérieur.
- Se considèrent « Classes moyennes supérieures » (36% vs 23%).

Rapport à la sobriété & au consumérisme

- profil hyper-consumériste (fort attachement à la nouveauté, publicité, plaisir d'acheter).
- Conscience de leur « excès » de consommation (auto-critique). Estiment que leur mode de vie impact fortement la planète et semblent partiellement engagés dans une transition vers plus de sobriété: principalement en matière de mobilité (train vs avion).

Pratiques clés

- Très forte consommation : avion, vacances thermiques, climatisation, viande.
- Téléphones renouvelés très fréquemment (< 2 ans souvent).
- Préférence marquée pour le neuf, équipements changés souvent.

Disposition au changement

- Paradoxalement élevée : 28% forte + 30% très forte (vs 31% + 8% en moyenne). Ils sont prêts à changer, mais « sans renoncer au confort » (technosolutionnisme).
- Ils sont confiants qu'à l'avenir les enjeux environnementaux seront résolus.
- Ils sont très mitigés à l'égard des mesures collectives et sont plus nombreux que la moyenne à rejeter l'intervention de l'Etat

Axes de communication

- Insister sur l'expérience et le style de vie plutôt que sur la contrainte (voyager différemment, objets durables et design).
- Utiliser des récits positifs (influenceurs, pairs urbains) pour rendre la sobriété désirable.
- Communiquer sur des exemples concrets de pratiques de sobriété (informer plutôt que convaincre).

Profils des Français selon leur rapport à la sobriété

12%

Sobres ambivalents

Actifs urbains, ils cumulent de nombreux écogestes (réparer, seconde main) tout en gardant des frictions sur la mobilité et parfois la viande. Prise de distance avec le consumérisme et bonne disposition au changement, mais contraintes quotidiennes (voiture) encore fortes. Plutôt favorables aux politiques publiques environnementales, ils avancent par solutions concrètes et pragmatiques.

Profils socio-démo

- Âges intermédiaires (25–54 ans dominants).
- Actifs 68%
- Urbains (dense : 36%).
- Niveau de vie moyen à supérieur., mais sentiment de contrainte budgétaire présent.

Rapport à la sobriété & au consumérisme

- Sobriété plus déclarative que concrétisée.
- Préoccupés par l'environnement, se présentent comme « plutôt sobres ».
- Prise de distance avec le consumérisme. Mais la consommation reste un plaisir.
- sobriété « pratique » assumée, mais frictions (mobilité, viande).

Pratiques clés

- Mobilités douces plus fréquentes.
- Efforts de réduction viande et chauffage, mais avion et vacances restent très présents.
- Téléphone renouvelé régulièrement.

Disposition au changement

- Forte disposition au changement - très ouverts aux gestes individuels : occasion/seconde main, réparer, baisse le chauffage, moins de vêtements, déplacements doux...
- Favorables aux mesures publiques (éclairage public 76%, taxer lourdes voitures 59%, produits nuisibles 74%, réguler la pub 77%).

Axes de communication

- Reconnaître leurs tensions (envie d'agir vs contraintes) et proposer des solutions pragmatiques.
- Mettre en avant des gestes concrets et accessibles qui renforcent le sentiment d'efficacité.
- Appuyer sur le collectif : « vous n'êtes pas seuls, vos choix comptent dans un mouvement plus large ».

Profils des Français selon leur rapport à la sobriété

8%

Écolos revendiqués

Diplômés urbains, très sensibles à l'écologie, ils limitent l'avion et la viande, privilégient la seconde main, les mobilités douces et la durabilité des produits. Forte distance au consumérisme et rapport négatif à la publicité. Très disposés à changer et à soutenir les politiques collectives (tarif progressif, régulation pub, taxation produits nuisibles). Sobriété affirmée et cohérente (pratiques, valeurs, acceptation des politiques), leaders du changement.

Profils socio-démo

- Surreprésentation des jeunes de moins de 35 ans.
- CSP+ diplômés du supérieur, revenus intermédiaires à élevés.
- Urbains denses (notamment métropoles)
- Politiquement à gauche et forte sensibilité écologique (55% « situation alarmante » vs 34%).

Rapport à la sobriété & au consumérisme

- Sobriété volontaire, motivée par l'écologie.
- Faible attachement au consumérisme, fort rejet de la publicité. Rejet du « plaisir d'acheter ».
- Forte cohérence entre valeurs et pratiques. Ce sont les pionniers du changement.

Pratiques clés

- Réduction marquée de la viande, seconde main privilégiée, limitation de voyages en avion, forte pratique de mobilités douces... par motivation écologique.
- écopestes nombreux.

Disposition au changement

- La plus forte disposition au changement (62% vs 39%).
- très ouverts aux gestes individuels : réparer, occasion, baisser le chauffage, moins de vêtements, mobilités douces, moins d'avion...
- Pro-régulation : interdictions/ mise en place de quotas, tarif progressif, taxes sur les produits nuisibles, régulation de la pub, interdiction des jets privés...

Axes de communication

- S'adresser à eux comme à des pionniers et alliés moteurs du changement.
- Valoriser leur capacité d'entraînement : leur donner des espaces de prise de parole et d'action collective, pour amplifier leur rôle de « militants ambassadeurs ».



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

